

# **B** [UILD] **SMART!**

comfort, sicurezza, sostenibilità, innovazione



**Barbara CASILLO**

Come cambia l'industria alberghiera

in collaborazione con

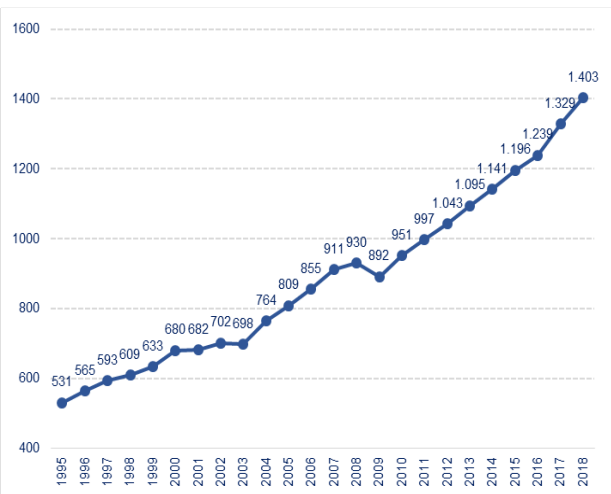


Fiera Milano Rho, 13 | 16 marzo 2019

# LA DOMANDA TURISTICA NEL MONDO



Arrivi turistici internazionali

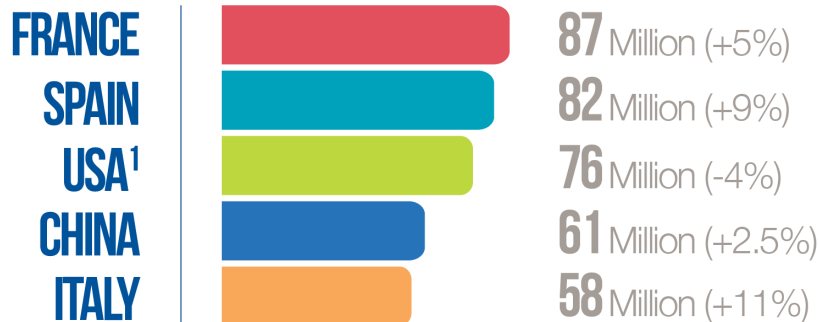


## Boom del turismo nel mondo

Negli ultimi vent'anni il turismo ha conosciuto una straordinaria espansione a livello mondiale, sostenuta dalla riduzione dei costi di trasporto e dalla crescita dei livelli di reddito anche nelle economie emergenti, che ha portato ad un incremento del numero dei viaggiatori

Secondo gli ultimi dati dell'UNWTO la forte accelerazione registrata negli ultimi anni ha consentito di raggiungere, nel 2018, quota 1,4 miliardi di arrivi turistici internazionali (+6% rispetto al 2017), un valore che le proiezioni del 2010 fissavano

Top 5 destinations

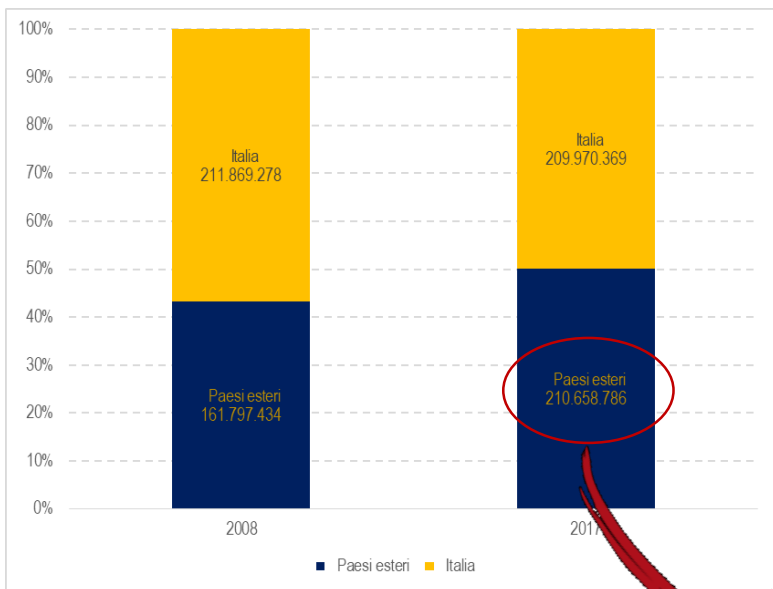


al 2020. Parliamo di **74 milioni di viaggiatori in più rispetto al 2017**, un valore nettamente superiore all'intera popolazione francese (67,12 milioni) o italiana (60,59 milioni)



# La domanda turistica in Italia

Le presenze in Italia  
Confronto 2008 vs 2017



La domanda turistica in Italia è **cresciuta** nel decennio 2008-2017 del **2,8% annuo** in termini di **arrivi** e **dell'1,3% annuo** in termini di **presenze**.

**Rimodulazione** della domanda turistica: **più stranieri** nelle ns strutture (tra il 2008 e il 2017 crescono del 4,2% annuo in termini di arrivi e del 3% in termini di presenze; boom tra il 2016 e il 2017: +6,6% per gli arrivi e + 5,6% le presenze); oggi valgono il 50% della domanda contro il 43% di 10 anni fa

## Ricomposizione della clientela straniera

- Cina: +329%
- Argentina: +303%
- Corea: +211%
- India: +203%
- Brasile: +95%

Dal 4% al **9,5%**

## La domanda turistica in Italia



Turisti con alto reddito, provenienti dai Paesi di nuova industrializzazione che, pur rappresentando una quota ridotta della popolazione del Paese da cui provengono, a livello complessivo sono in grado di generare flussi turistici rilevanti, caratterizzati da elementi peculiari.

Sono turisti che viaggiano in gruppo, raggiungono in aereo le loro destinazioni, gradiscono cibi differenti e hanno una diversa gerarchia di interessi, per lo più shopping, meno mete culturali, fatta eccezione per i monumenti e le attrazioni più iconiche.

**E' fondamentale conoscere questi nuovi turisti, i loro desideri, le esigenze specifiche, la cultura di origine, così da poter offrire prodotti il più possibile adatti alle loro necessità**

# La domanda turistica in Italia



La ricerca del lusso



La ricerca dell'esperienza



## Come cambia l'offerta alberghiera

**B**<sup>[UILD]</sup>**SMART!**



Tra le priorità dell'industria dell'accoglienza: individuare soluzioni innovative in linea con le molteplici esigenze del cliente internazionale





## Come cambia l'offerta alberghiera



Nei ***Moxy hotels*** (in Italia sono 2) le zone comuni sono il fulcro degli hotels, mentre le camere sono molto spartane

## Come cambia l'offerta alberghiera

**B**<sup>[UILD]</sup>**SMART!**



**ALLEGRIA**

*Entra in hotel per divertirti*



**ARTE**

*Soggiorni gratuiti per artisti  
con Room for Art*



**AMORE**

*Per i fashion brand italiani*

Le 3A su cui punta la catena **ALLEGROITALIA Hotel & Condo** dove il gioco è l'elemento fondante: nella hall si viene accolti da pupazzi di neve, mini-campo da golf, ping pong, virtual room con maxischermo per vivere esperienze in 3d



L'Amore per i fashion brand italiani, sfocia in collaborazioni con grandi marchi (a Milano, le suites dell'Allegroitalia San Pietro all'Orto 6 sono arredate col design e lo stile di Armani Casa, a Torino ci sono 2 suite particolari: 1 dedicata alla Maserati, l'altra al cioccolato)





## Come cambia l'offerta alberghiera

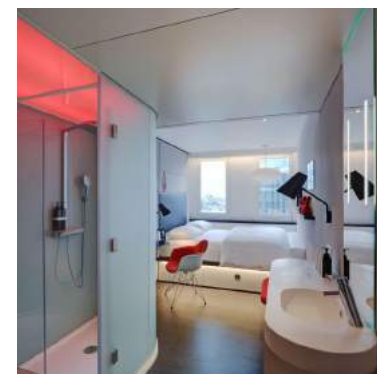
**B**<sup>[UILD]</sup>**SMART!**



Punta sulle zone comuni anche **CitizenM**, con la lobby che cambia in base all'ora: da corner di lavoro, luogo di shopping, bar, ristorante....

L'hotel è il punto di incontro tra viaggiatori internazionali e ospiti locali

Le camere sono di dimensioni ridotte ma super funzionali; il design è di altissimo livello



# Come cambia l'offerta alberghiera



*Mama Shelter*



## Come cambia l'offerta alberghiera



**Mob** (MOB Hotel of the People) hotel all'avanguardia, situati nelle periferie di grandi città, ma ben collegati con il centro.

Sono pensati come un'oasi per i propri clienti, con scaffali pieni di libri e curiosità, pop-up store, un cinema, giardini, terrazze, caminetto, lezioni di yoga, meditazione, salsa, Tai

# B [UILD] SMART!

Barbara Casillo

[direzione@alberghiconfindustria.it](mailto:direzione@alberghiconfindustria.it)

[www.alberghiconfindustria.it](http://www.alberghiconfindustria.it)

Facebook: @alberghi.confindustria

Instagram: alberghiconfindustria

Twitter: @confalb

Fiera Milano Rho, 13 | 16 marzo 2019



Padiglione 4

B[UILD] SMART! INVOLUCRO



Padiglione 10

B[UILD] SMART! COSTRUZIONI

## GRAZIE PER L'ATTENZIONE

