

# Turismo d'argento, un'opportunità felice.

Risultati della ricerca
Silver Travellers Trends & Trips (STT&T)

Giuseppe Giaccardi

Consulente di strategia CEO Studio Giaccardi & Associati



#### Promotore e autore della ricerca STT&T





La ricerca STT&T è stata promossa e prodotta da CNA Pensionati dell'Emilia-Romagna in collaborazione con CNA Commercio e Turismo per mettere a punto una declinazione "sociale" del turismo contro l'isolamento dovuto all'età. CNA Pensionati è il sindacato per la tutela e la salvaguardia degli interessi degli anziani della Confederazione Nazionale degli Artigiani e della Piccola e Media Impresa.

I soci CNA Pensionati in Italia sono 229.000 e 57.800 quelli in Emilia-Romagna.

Qui sono state realizzate le 286 interviste dell'indagine di campo per la ricerca STT&T.

www.pensionati.cna.it



La ricerca STT&T è stata progettata e realizzata dallo Studio Giaccardi & Associati – Consulenti di Direzione specializzato in **STRATEGIA**, **RICERCA**, **COACHING**. Fondato nel 1999, in 20 anni abbiamo realizzato oltre 210 piani di ricerca e progetti di sviluppo di imprese e territori in più regioni italiane Abruzzo, Emilia-Romagna, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte, Puglia, Sardegna, Toscana. In Liguria siamo stati gli autori del Piano Triennale del Turismo 2013-2015, il primo in Italia con metodologia bottom-up, e del primo Piano di marketing digitale della Regione con metodologia wiki brand. Attualmente collaboriamo con più destinazioni turistiche e siamo consulenti ENIT per l'indagine di mercato

internazionale e i progetti di incoming LRD Centenaries.

www.giaccardiassociati.it





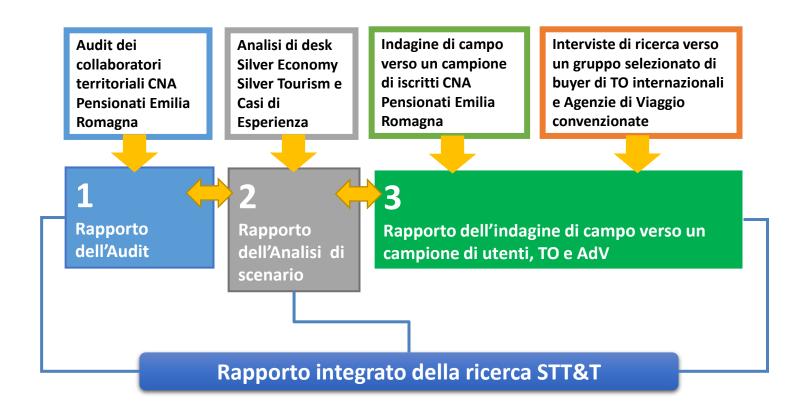
I pensionati sono un'opportunità di mercato crescente per l'economia del turismo e dei territori che si è evoluta nel tempo come "...il risultato delle opportunità che nascono dalla spesa pubblica e dalla spesa dei consumatori relative all'invecchiamento della popolazione e alle esigenze specifiche della popolazione over 50" (Commissione Europea, 2016)

Non più solo "turismo sociale" in stile fine '900 da sfruttare nei cosiddetti "mesi di spalla" per migliorare il tasso di occupazione alberghiera, ma una domanda evoluta negli ultimi 10 anni grazie ai *Baby Boomers* – la più ricca generazione di pensionati al mondo, dall'Europa al Giappone al nord America - che ricercano un'offerta complessa e integrata per più periodi brevi all'anno e che possono motivare innovazione di prodotto e segmentazione specifica, anche nella ricerca di nuove soluzioni ICT e online <sup>1)</sup>.

<sup>1) &</sup>quot;La domanda di servizi delle 'pantere d'argento' è considerata, infatti, un poderoso fattore di spinta di processi di innovazione tecnologica e sociale e dell'apertura di nuovi mercati. L'aumento della domanda di servizi di cura alla persona e di servizi sanitari da parte delle persone più anziane, negli anni recenti, sta stimolando innovative applicazioni dell'ICT, dell'Internet of Things e della stessa "intelligenza artificiale", ossia di quelle che sono le traiettorie tecnologiche che, nella fase attuale, stanno aprendo nuovi mercati ad elevato valore aggiunto nell'economia mondiale" Cfr. http://www.bonetti4reforms.com/la-silver-economy-una-grande-opportunita-per-la-stagnante-economia-europea-3724.html/.



## Progetto e metodo della ricerca STT&T

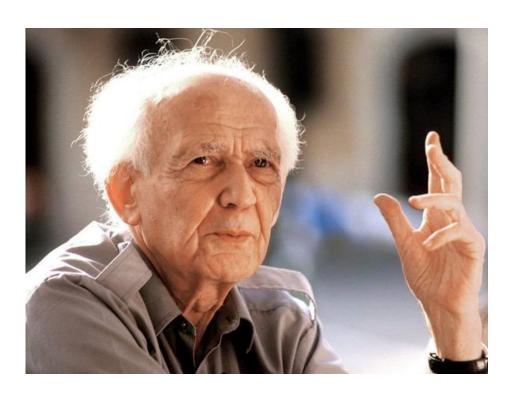


#### **Download**

https://www.slideshare.net/studiogiaccardi/rapporto-integrale-silver-travellers-trends-trips-per-cna-emilia-romagna

# Zigmun Bauman e il senso della felicità





«... Non è vero che la felicità significhi una vita senza problemi. La vita felice viene dal superamento dei problemi, dal risolvere le difficoltà. Bisogna affrontare le sfide, fare del proprio meglio. Si raggiunge la felicità quando ci si rende conto di riuscire a controllare le sfide poste dal fato. ...».

Cfr. https://libreriamo.it/libri/zygmunt-bauman-segreto-felicita-secondo-teorico-della-societa-fluida/

Una lettura diversa dei risultati della ricerca STT&T

Valore silver tourism in Europa\* per incoming di europei e americani 2010-2030

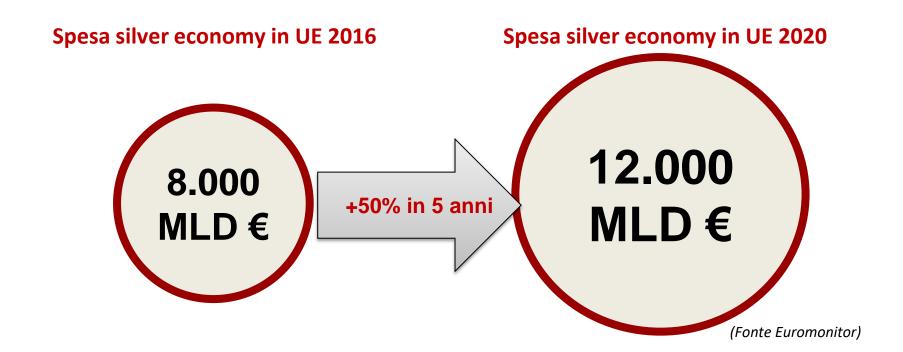




### Silver economy



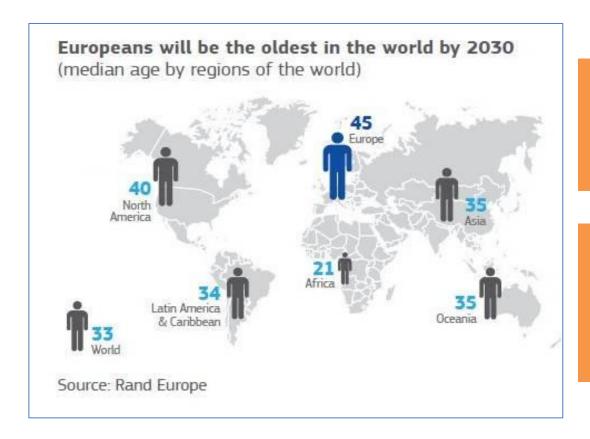
La Silver Economy è il risultato delle opportunità che nascono dalla spesa pubblica e dalla spesa dei consumatori relative all'invecchiamento della popolazione e alle esigenze specifiche della popolazione over 50 (Fonte Commissione Europea 2015)





# Silver people 2030-2060





#### 2047

Il numero di over 65 supererà per la prima volta i bambini under 5

#### 2060

L'età media in Europa sarà di 84,8 anni per uomini e 89,1 donne

#### 2060

Nel mondo 1 cittadino su 3 avrà più di 65 anni



# Un nuovo paradigma: non più invecchiamento ma **longevità**





VS

LONGEVITA'

Fase over 55 come punto di arrivo

Terza età

Riposo dopo un periodo lavorativo intenso

Necessità di possedere

Individualismo

Rifiuto completo della tecnologia

Fase over 55 seconda giovinezza per vivere appieno la vita

Bella età

Periodo per recuperare il tempo perduto

Necessità di fare, scoprire e accedere a cose nuove

Desiderio di restituire alla comunità in cui si è vissuto

Tecnologia come mezzo

# Significato di longevità



«Longevità» è un termine con cui in biologia si definisce la capacità fisiologica di un organismo di sopravvivere oltre il limite ritenuto medio per la specie cui esso appartiene (Fonte Treccani).

"Una caratteristica dei longevi è il desiderio di guardare oltre, di scoprire che cosa accadrà in futuro, domani, o nelle prossime ore. [...] **Più anni abbiamo a disposizione più possiamo imparare e conoscere**". (Umberto Veronesi, Longevità, 2012)



Miguel Castillo, 80 anni, di Valencia, è lo studente Erasmus (programma di scambio tra università europee) più anziano di sempre. A febbraio 2018 si è trasferito a Verona per studiare Storia.



A 89 anni Piero Angela ha pubblicato il suo 38° libro, *Il mio lungo viaggio*. Continua a dirigere diversi programmi televisivi di divulgazione scientifica e suona il pianoforte.



Irma, 93 anni, a febbraio 2018 è partita per tre settimane di volontariato in un orfanotrofio in Kenya.



#### Silver tourism



Il *Silver tourism* è un segmento del mercato del turismo che riguarda i **turisti** over 55 e che risponde ai bisogni specifici di questo target.



In Unione Europea la metà della popolazione over 65, circa 76 milioni di persone, viaggia e conta di farlo fino almeno ai 75 anni



# Incoming silver tourism Unione Europea 2010-2030\*



VIAGGIATORI OVER 60 in Europa in milioni				
Provenienza	2010	2030	Var. % 2010-2030	
Europa	35,6	61,5	72,8%	
Nord America	12,1	27,3	125,6%	
Sud America	5,9	20,4	245,8%	
Asia	41,9	140,3	234,8%	

Il boom del Sud America si deve all'aumento del numero di persone che appartengono a gruppi di età più avanzata, come in Brasile. Proprio in Brasile, le persone tra i 50 e i 65 anni viaggeranno molto perché hanno a disposizione più tempo e denaro.

\*Fonte Commissione Europea 2014

# Che vacanza cercano i turisti longevi







# Indagine di campo 2018

#### Silver Traveller di CNA Pensionati E-R

Intervistati n° 286

Totale soci CNA Pensionati n° **56.612** cioè «totale popolazione»

Percentuale di adesione **0,5%** del «totale popolazione»

Livello di confidenza 90%

Margine di errore delle risposte ± 0,5%

# Gruppo selezionato di TO internazionali

Obiettivo interviste n° 30 Totale aderenti n° 30

Percentuale di adesione 100 %

		No. of the contract of the con
	DI VIAGGIO	)* CITTA
$\Delta(\exists \vdash N / \vdash \vdash)$	III $VI\Delta(\exists(\exists))$	$\mathbf{P}^{\circ}$
AULITEIL	DI VIAGOIL	

**UVET Pomodoro Viaggi** 

Bologna

**TIEMME Viaggi Srls** 

S. Benedetto del T.

Robintur

Modena

Viaggi Erbacci

**Faenza** 

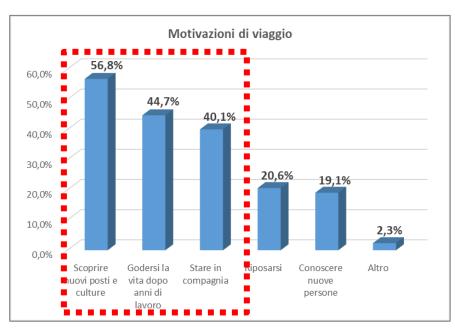
	Tour Operator	Paese	
1	Eibisberger	Austria	
2	Oper and Resien	Austria	
3	Pamina Musikreisen	Austria	
4	Allways	Belgio	
5	Expair Tours	Belgio	
6	Panter Rejser	Danimarca	
7	Unique Tours	Danimarca	
8	Voyages Girardot	Francia	
9	L'astrolabe	Francia	
10	La Cordee Voyages	Francia	
11	Voyailles Tourisme	Francia	
12	Alternativ Tours	Germania	
13	Bienert +50	Germania	
14	Biblische Reisen	Germania	
15	Wein and Touren	Germania	
	König & Meiser Kulturreisen	Germania	
17	Wallace Travel Group	Irlanda	
18	Norsk Kunstformlidding	Norvegia	
19	19 Seniorvakantieplan Paesi Bassi		
20	20 Rebel Travel Paesi Bassi		
21	Inshape Travel	Svezia	
22	Atelier du Voyages	Svizzera	
23	Azura Voyages	Svizzera	
	Italtours	Svizzera	
25	Tourisme pour Tous	Svizzera	
26	Caspin Journeys	UK	
27	Anam Cara Travel	UK	
28	Authentic Adventures	UK	
29	Edge Adventures	UK	
30	Essential Sailings	UK	

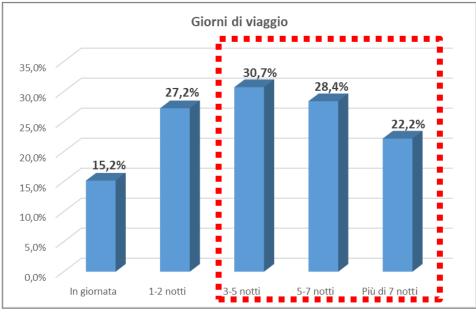
<sup>\*</sup> Una quinta AdV nonostante «n» tentativi alla fine non è stata raggiungibile



### Motivazioni e durata del viaggio







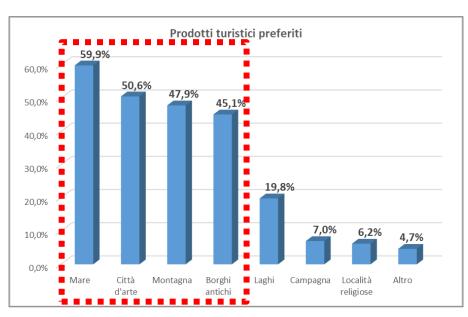
La longevità nelle motivazioni

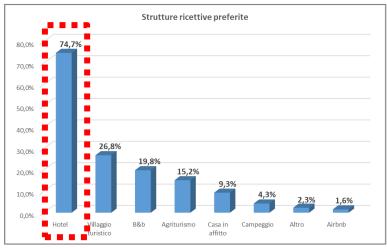
La longevità nella durata di viaggio

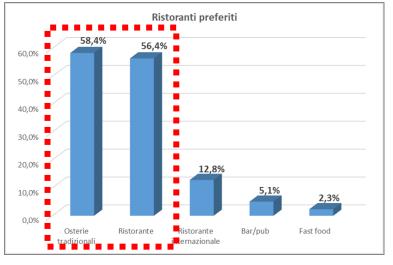


# Prodotti turistici, tipologia ricettiva e di ristorazione



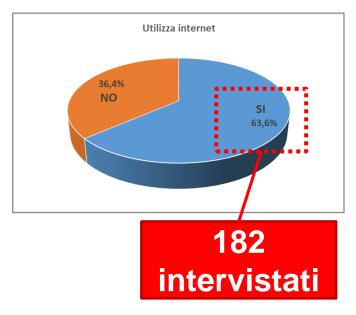


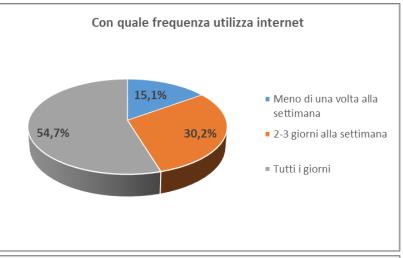


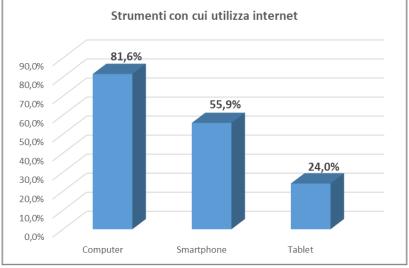


### Utilizzo di internet





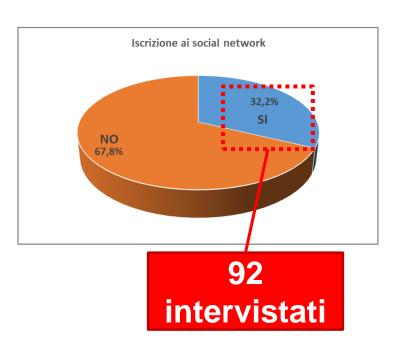


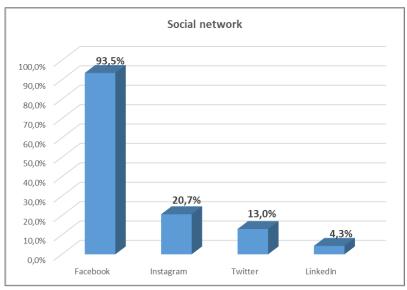




### Utilizzo dei social network









# Quadro strategico d'insieme



	SILVER TRAVELLERS CNA EMILIA ROMAGNA	TOUR OPERATOR INTERNAZIONALI	AGENZIE DI VIAGGIO REGIONALI
Motivazioni viaggio Silver	Rank	Rank	Rank
Conoscenza e cultura	56,8	70,0	100,0
Piacere	44,7	63,3	75,0
Socialità	40,1	56,5	50,0
Fattori di scelta hotel	Rank	Rank	Rank
Bagno in camera	93,4	96,0	100,0
Aria condizionata in camera	67,3	96,0	100,0
Vicinanza al centro città	61,9	88,0	100,0
Guardia medica h. 24	55,2	80,0	100,0
Disponibilità spesa/giorno	Euro	Euro	Euro
Ricettivo	75,0	65,0	65,0
Ristorazione	35,0	35,0	20,0
Divertimento	40,0	40,0	40,0
Cultura	30,0	30,0	20,0
Totale	180.0	170,0	<u>145,0</u>
Disponibilità spesa/anno*	1.800,0	1.700,0	1.450,0
Gradimento pacchetti	Rank	Rank	Rank
Tour città d'arte	76,6	100,0	100,0
Relax mare/montagna	65,8	60,0	100,0
Tour eccellenze territorio	47,1	84,0	75,0
* 5gg viaggio 2 volte anno			



#### Silver Tourism: istruzioni



Cambiare linguaggio e narrazione, da «vacanze per anziani» a «viaggi ed esperienze di longevità», interagendo con il cambio di paradigma globale

Proporre offerta orientata alle nuove esigenze silver tourism con al centro qualità di servizio (es. assistenza h24, assicurazione, accompagnatore, etc.)

**Diversificare l'offerta generando esperienze:** mete classiche di pari passo con offerte più "innovative" (es. turismo responsabile e slow)

Creare e gestire community di narrazione, moltiplicare le idee di viaggio sulla base di esperienze condivise (es. incontri sociali di racconto integrati a strumenti multimediali, piattaforma online, utilizzo dei social etc.)

# Silver Tourism: un'opportunità felice se...



Marketing di destinazione con cultura, cibo, salute Nuovi contenuti di destinazione e nuovi linguaggio online e offline per Silver Traveller nazionali, europei e mondiali cooperando con i responsabili degli attrattori culturali, dell'enograstronomia tipica e dell'health travelling

Pacchetti Silver oriented e nuovi servizi di consueling Una nuova strategia di offerta e accompagnamento per long-lived people

con proposte diverse per stagioni diverse in grado di soddisfare in media-bassa stagione con standard medio-alti di viaggio e accoglienza

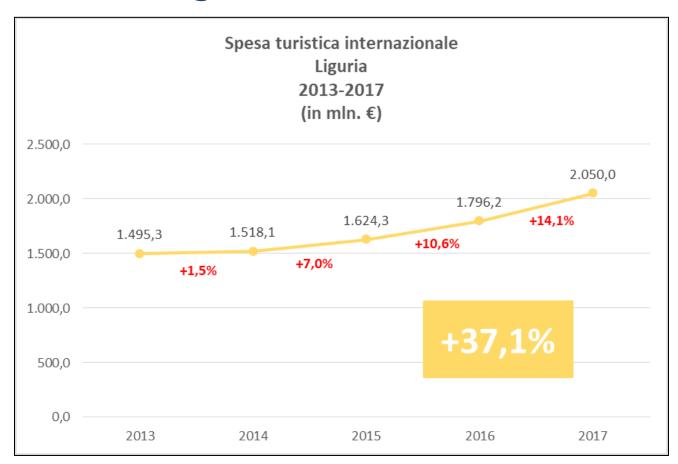
#### Long term travel accommodation

Un'opportunità per borghi storici, località balneare e montane per rigenerare i modelli immobiliari riqualificando quelli residenziali e paesaggistici (proxi Baleari, Canarie, Portogallo, etc.)



# Liguria: risultati finanziari molto positivi della strategia «all seasons»



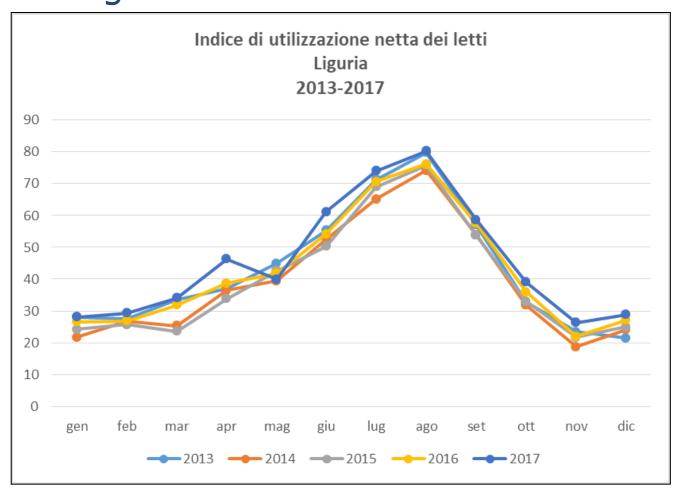


Fonte: elaborazioni Studio Giaccardi & Associati su dati Banca d'Italia



# Liguria: risultati produttivi buoni della strategia «all seasons»





Fonte: elaborazioni Studio Giaccardi & Associati su dati Osservatorio Turistico Regione Liguria



# Liguria: offerta di prodotto Silver Tourism assente nella strategia «all seasons»



Prioritari	Secondari - complementari	
Mare		
Cultura	Itinerari tematici	
Enogastronomia	Meeting & Events	
Parchi (outdoor)	Eventi	
Borghi e rurale slow	Nautico	
Bike		
Trekking e avventura		
Nicchie ad alto potenziale	Nicchie a basso potenziale	
Wadding	Scolastico	
Wedding	Accessibile	
Moto	Golf	

Fonte: Pianto Triennale Liguria 2020, http://www.agenziainliguria.com/it/cosa-facciamo/strategia/piano-turistico-triennale/



#### Grazie dell'attenzione





Founded
1999

219

Piani di ricerca
economica e sociale
per progetti di

sviluppo di imprese e

territori

Questo elaborato è un prodotto originale di Studio Giaccardi & Associati – Consulenti di Direzione © All Rights Reserved, Ravenna 8 giugno 2019.

www.giaccardiassociati.it