

# Osservatorio Spesa Mastercard per il turismo

Un approccio data-driven

Saverio Mucci  
Government Engagement Lead x Italy



## Disclaimer

@2023 Mastercard International Incorporated.

All rights reserved.

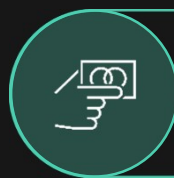
This document contains proprietary data or information pertaining to items, materials, methodologies, concepts, components, processes, or other matters developed or acquired at Mastercard's private expense. Disclosure to unauthorized persons would likely cause substantial competitive harm to Mastercard's business position. The contents of this document or its existence shall not be disclosed to any third parties without the express written approval of Mastercard nor shall be used in any manner other than to evaluate the proposed solution(s)/projects described in this document. The dissemination of this document shall be limited only to those employees or officers who have a need to know for the purposes of evaluating the matters discussed herein. Any assumptions, opinions and estimates expressed in this document constitute Mastercard's judgment as of the date thereof and are subject to change based on continued due diligence. Any commercial terms detailed in this document are indicative and exclusive of value added or sales taxes and are subject to the underlying assumptions and dependencies set out herein. Mastercard reserves the right to review and make any adjustments based upon changes in the associated assumptions and/or terms and conditions. Mastercard makes no warranties concerning this document and disclaims all express and implied warranties to the extent permitted by law, including but not limited to any implied warrant of merchantability, course of dealing, or fitness for a particular purpose. Mastercard does not represent or warrant any information in this document is or will be always up-to-date, complete, or accurate. The information presented herein does not constitute legal advice and is not to be acted on as such. Nothing herein shall be construed as an offer or commitment by Mastercard to enter into negotiations or a definitive agreement. Mastercard may decide to withdraw from the discussions at any time without liability or further obligation to any other party. Except for the confidentiality obligations stated above, neither party shall be liable to the other party as a result of the failure to fulfil any obligation described in this document or the failure to enter into any agreement contemplated by this document



## MASTERCARD NEL MONDO

I Big data generati dalla rete global di pagamento Mastercard consentono di realizzare insights unici, che poi diventano azioni e decisioni a sostegno della strategia dei soggetti interessi

3,2B



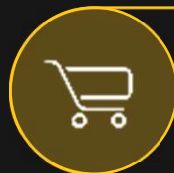
Carte nel mondo, debito-credito-prepagate

+210



Paesi nel mondo, in 5 continenti

+80M



Merchants nel mondo

Mastercard ha accesso ad un **patrimonio illimitato di dati transazionali** in continuo aggiornamento, in grado di fornire una **visione a 360° sui flussi turistici e di spesa**



## L'APPROCCIO METODOLOGICO DI MASTERCARD

Miliardi di transazioni MC concorrono a fornire una visione completa ed esaustiva della performance della spesa Turistica Nazionale e Internazionale

### KPI

- Speso Indicizzato
- Ticket medio
- #Transazioni Indicizzato
- Speso per carta
- % Volume Speso per Territorio
- %Transazioni per Territorio



### Principali casi d'uso



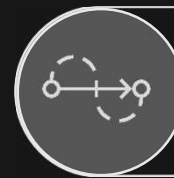
**Flussi Turistici Nazionali, Internazionali e Residenziali**



**Valutazione impatto economico di un evento sul territorio**



**Analisi gerarchie territoriali (dalla Regione al CAP)**



**Trend Analysis (Covid), analisi di prossimità e di stagionalità**



**Andamento per Categorie Merceologiche**



**Monitoraggio Campagne di marketing, turistiche e commerciali**



Gli insights identificati tramite l'osservatorio possono guidare e stimolare il turismo, contribuendo alla crescita di ciascun territorio



### Insights Generation

- Raccolte delle informazioni storiche e aggiornamento periodico
- Definizione e costruzione dei KPI, analisi e generazione insights

### Action Definition

- Identificazione delle possibili azioni sulla base degli insights
- Definizione degli targets e degli obiettivi finali

### Execution

- Esecuzione della campagna di marketing, iniziativa di comunicazione, ...
- Monitoraggio dei risultati e correzione



Nel 2023 si è registrata una buona crescita della spesa Turistica rispetto all'anno precedente

17%



**Aumento** complessivo dello spesa Turistica e in Piemonte rispetto al 2022

55%



**Speso** delle **carte internazionali** sul totale della spesa turistica

14%-20%

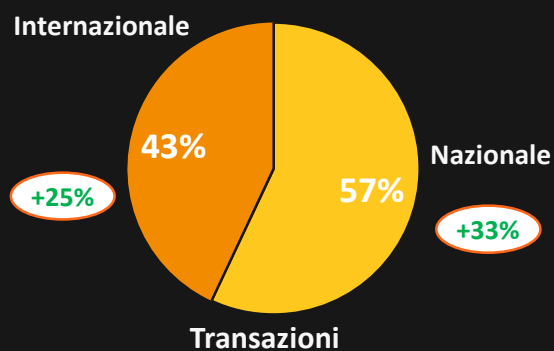
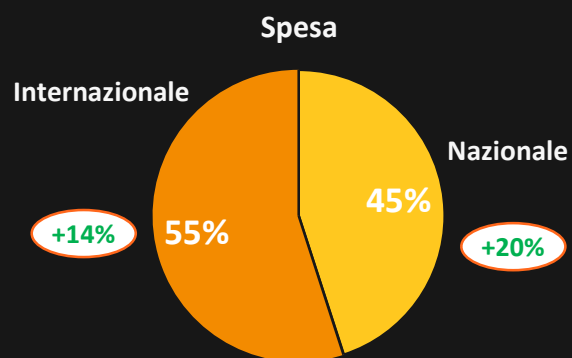


Aumento della **spesa Turistica internazionale** e di quella **nazionale non residente**

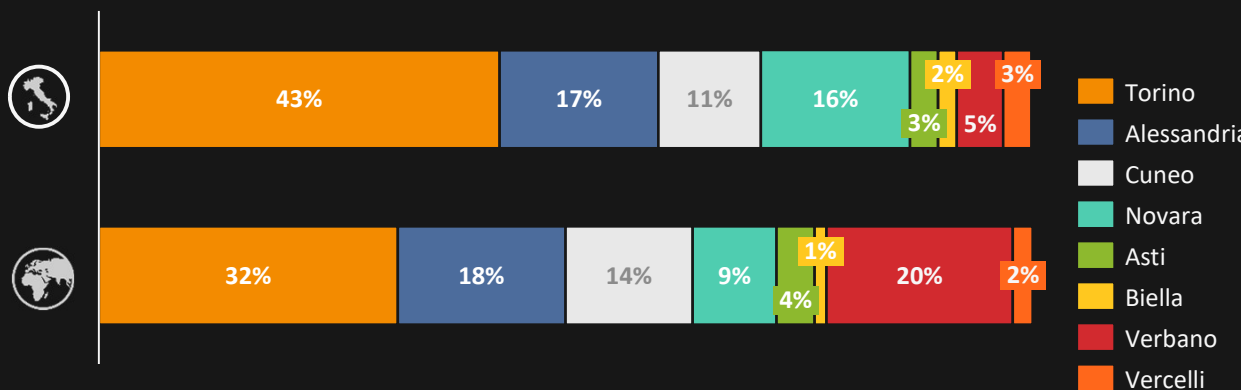


## IL TURISMO IN PIEMONTE: DATI 2023

Il turismo in piemonte evidenzia una distribuzione abbastanza equivalente tra Nazionale ed Internazionale, con il secondo che prevale nei volumi complessivi mentre il primo evidenzia una crescita YoY più accentuata



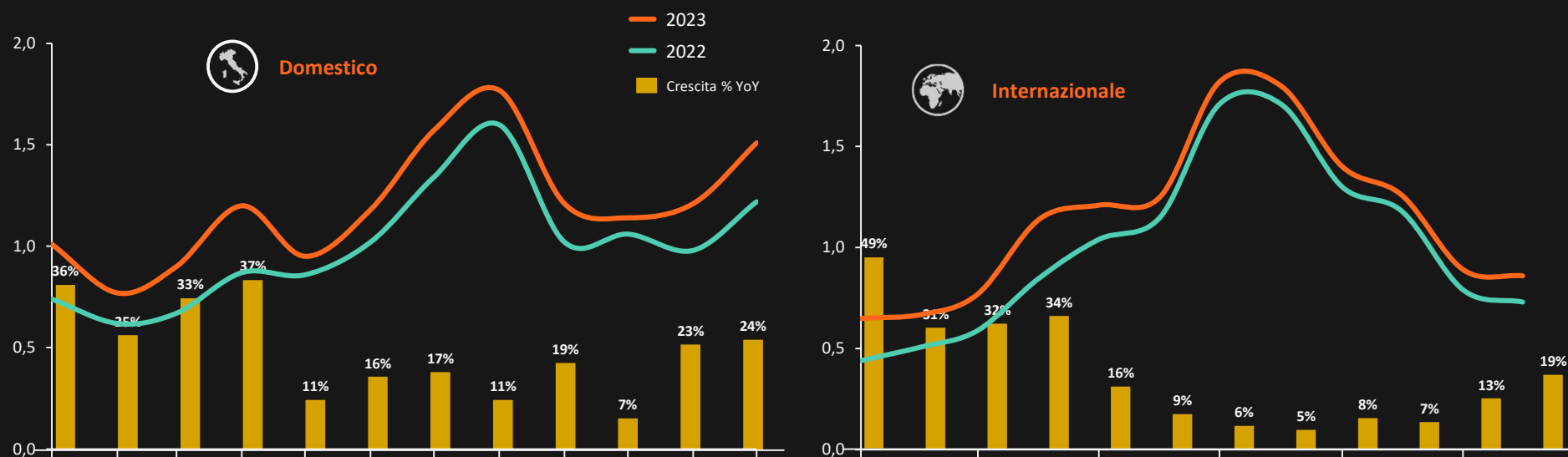
## Flussi Turistici per Provincia (2023)



- La provincia di **Torino** è il centro del turismo piemontese, sia sul domestico che sull'internazionale
- Tra le altre province spiccano **Alessandria** (dove ha un peso importante lo shopping) **Cuneo** (enogastronomia e Langhe) e **Novara** (soprattutto sul nazionale)
- Da notare la provincia di **Verbania** che ha un impatto limitato sul turismo domestico mentre sull'internazionale pesa un **quinto** del totale

## IL TURISMO IN PIEMONTE: DATI 2023

La spesa turistica nazionale cresce in modo sensibile durante tutto l'anno al contrario di quella internazionale che in estate rallenta nella crescita pur avendo i volumi più alti

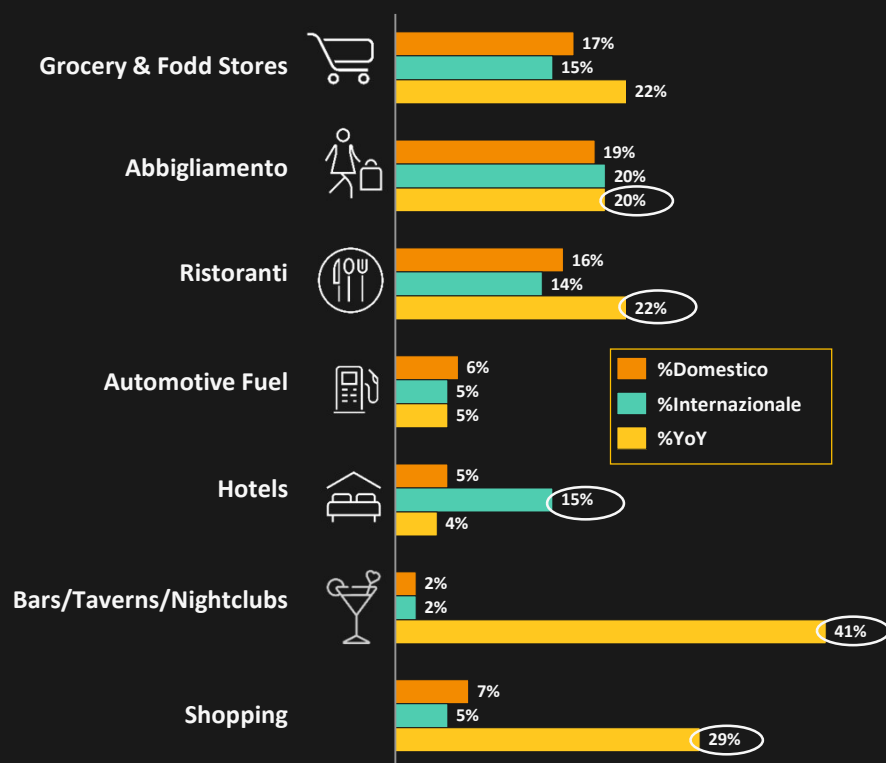


- Rispetto al 2022, la spesa **internazionale** è **creciuta sensibilmente** in Q1 (nel 2022 c'erano le restrizioni COVID) ed in parte di Q2, con un recupero nella seconda parte di Q4. In estate e inizio autunno la **crescita** è stata invece più moderata **moderata**
- Rispetto al 2022, la spesa **nazionale domestica** è **creciuta in maniera consistente durante tutto l'anno**, in particolare a settembre e tra novembre e dicembre



## TURISMO IN Piemonte – I FLUSSI DI SPESA PER INDUSTRY

Il comportamento dei turisti nazionali ed internazionali e' simile per quanto concerne la distribuzione della spesa sulle categorie merceologiche; unica eccezione gli hotel



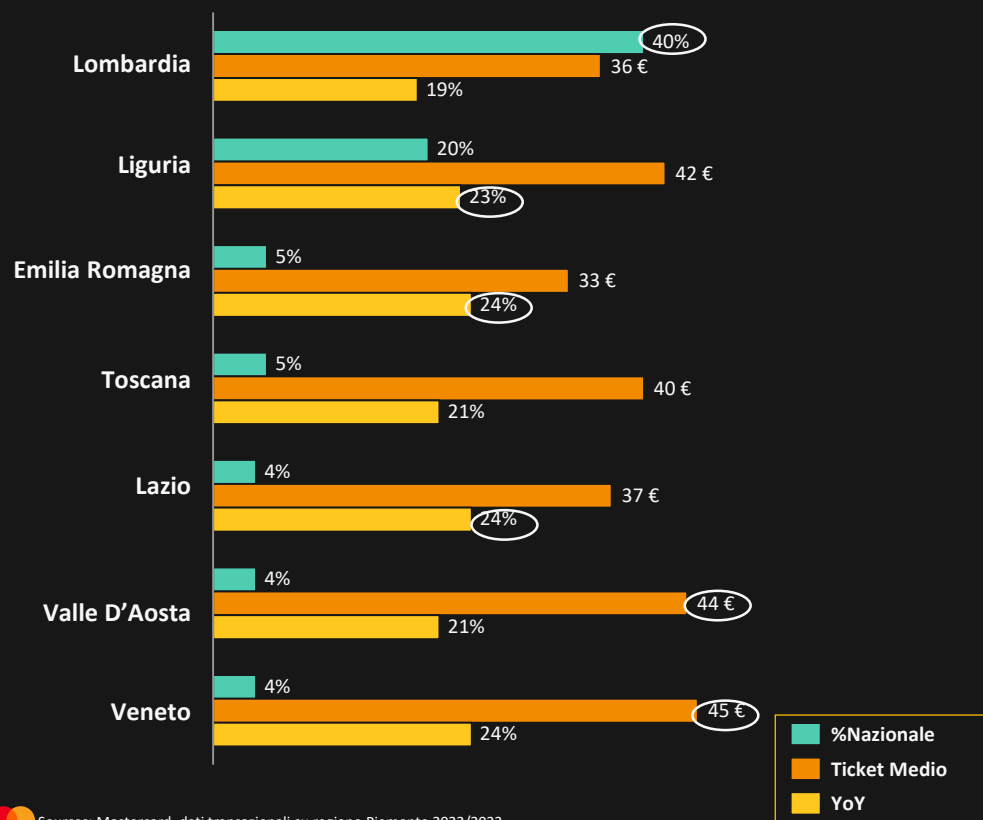
- ✓ **Ristoranti** ed **hotel** rappresentano il **un terzo** della **spesa internazionale** nel 2023, mentre incidono meno sul domestico.
- ✓ La **ristorazione** cresce del **22%** mentre gli **hotel** solo del **4%** e grazie soprattutto agli stranieri
- ✓ **L'abbigliamento** è una voce di spesa importante pesando per **oltre un quinto del totale** (con **crescita al 20%**)
- ✓ I **bar** **incidono poco** sui volumi complessivi ma crescono del **40%** (pagamenti digitali anche per piccoli importi)
- ✓ Lo **Shopping** **cresce** sensibilmente (29%) ed ha un peso equivalente su domestico e internazionale



Sources: Mastercard, dati transazionali su regione Piemonte 2022/2023

## TURISMO DOMESTICO IN PIEMONTE – I FLUSSI DI SPESO PER REGIONE DI ORIGINE

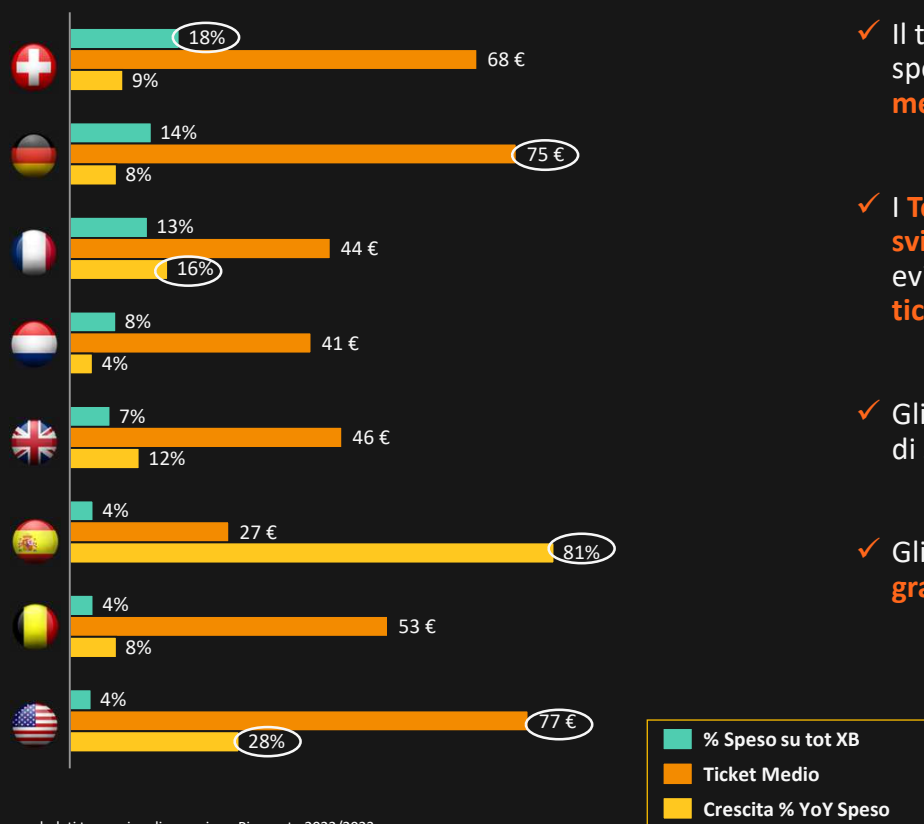
Lo speso domestica non residenziale arriva soprattutto dalle regioni di confine (Lombardia e Liguria), con una buona presenza di emiliani e toscani



- ✓ La **Lombardia** pesa per il oltre il **40%** sulla spesa domestica non residenziale in Piemonte, con una buona crescita annuale
- ✓ Anche la **Liguria** ha un peso importante (**20%**), e con un buon ticket medio
- ✓ Le regioni del **centro-italia** (Emilia-Romagna, Toscana e Lazio) hanno una **presenza consistente** in piemonte e una crescita annuale significativa
- ✓ Le regioni del **sud italia** non mostrano una presenza significativa (Sicilia, Campania e Puglia pesano **meno del 3% ciascuna**)

## TURISMO INTERNAZIONALE IN PIEMONTE – I FLUSSI DI SPESO PER ORIGINE

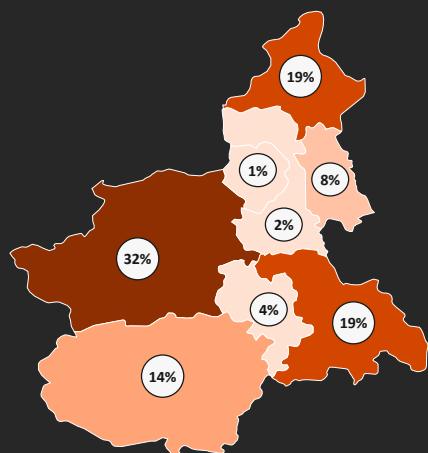
Lo speso internazionale in piemonte è fondalmente europeo, con una prevalenza di svizzeri, tedeschi e francesi. Incide poco il turismo statunitense



- ✓ Il turismo **svizzero** è quello che ha generato i **volumi** di speso **più alti (18%)**, con il **9% di crescita**, e un **buon ticket medio**
- ✓ I **Tedeschi** hanno un comportamento **in linea con gli svizzeri** sia sulla crescita che sul ticket, mentre I **francesi** evidenziano una **crescita importante (14%)** ma con un **ticket** di spesa molto più **basso**
- ✓ Gli **spagnoli** cresciuti oltre 80% nei volumi ma **ticket medio** di spesa molto **bassi**
- ✓ Gli **statunitensi** generano un flusso limitato (4%) ma sono in **grande crescita (28%)** ed hanno il **ticket medio più alto**

## TURISMO IN Piemonte – I FLUSSI DI SPESO PER PROVINCE

Le province che beneficiano del maggior flusso di turisti internazionali sono Torino, Verbanò e Alessandria. Svizzeri, Tedeschi e Francesi rappresentano le principali origini in tutte le province



xx% % Provincia su totale dello speso XB Regione

Ticket medio doppio della media ad Alessandria e volume circa un quinto del totale regionale (Serravalle)

Torino pesa per un terzo sul totale XB e cresce più della media regionale

A Cuneo il picco coincide con gli eventi di Alba (Tartufo) e Langhe

### Analisi speso internazionale per province

Provincia	Ticket medio	Var% YoY	Top nazione	% INT/Turismo	Mese preferito
Media Piemonte	54€	14%	🇨🇭 🇩🇪	55%	Lug
Alessandria	100€	24%	🇨🇭 🇫🇷	56%	Lug
Asti	80€	4%	🇨🇭 🇮🇹	65%	Lug
Biella	58€	11%	🇨🇭 🇫🇷	41%	Ago
Cuneo	88€	8%	🇨🇭 🇫🇷	59%	Ott
Novara	54€	8%	🇨🇭 🇩🇪	39%	Ago
Torino	34€	19%	🇫🇷 🇨🇭	47%	Lug
Verbanò-Cusio-Ossola	69€	10%	🇨🇭 🇩🇪	83%	Ago
Vercelli	54€	26%	🇨🇭 🇫🇷	44%	Dic

A Verbanò la spesa internazionale pesa per 80% del totale turismo provinciale (e vale un quinto del totale regionale)

XX Sopra media regione   
 XX Sotto media regione   
 + Variazione YoY positiva   
 = Variazione YoY nulla   
 - Variazione YoY negativa

Sources: Mastercard, dati transazionali 2022/2023

# GRAZIE!!!!



**Saverio Mucci**  
**[saverio.mucci@mastercard.com](mailto:saverio.mucci@mastercard.com)**  
**342-7494911**

