



Il turismo In Lombardia

La stagione 2024

Saverio Mucci
Government Engagement Lead 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



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

Il numero di carte nel mondo, tra Debito, Credito e 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**



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

KPIs

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 o investimento infrastrutturale



Analisi gerarchiche territoriali (dalla Regione al CAP)



Monitoraggio Campagne di marketing, turistiche e commerciali



Andamento per Categorie Merceologiche



Analisi di prossimità e di stagionalità





IL TURISMO IN LOMBARDIA NEL 2024: **PRINCIPALI EVIDENZE**



18%

La **quota della Lombardia** sullo **speso turistico** complessivo a livello **nazionale**



61-39

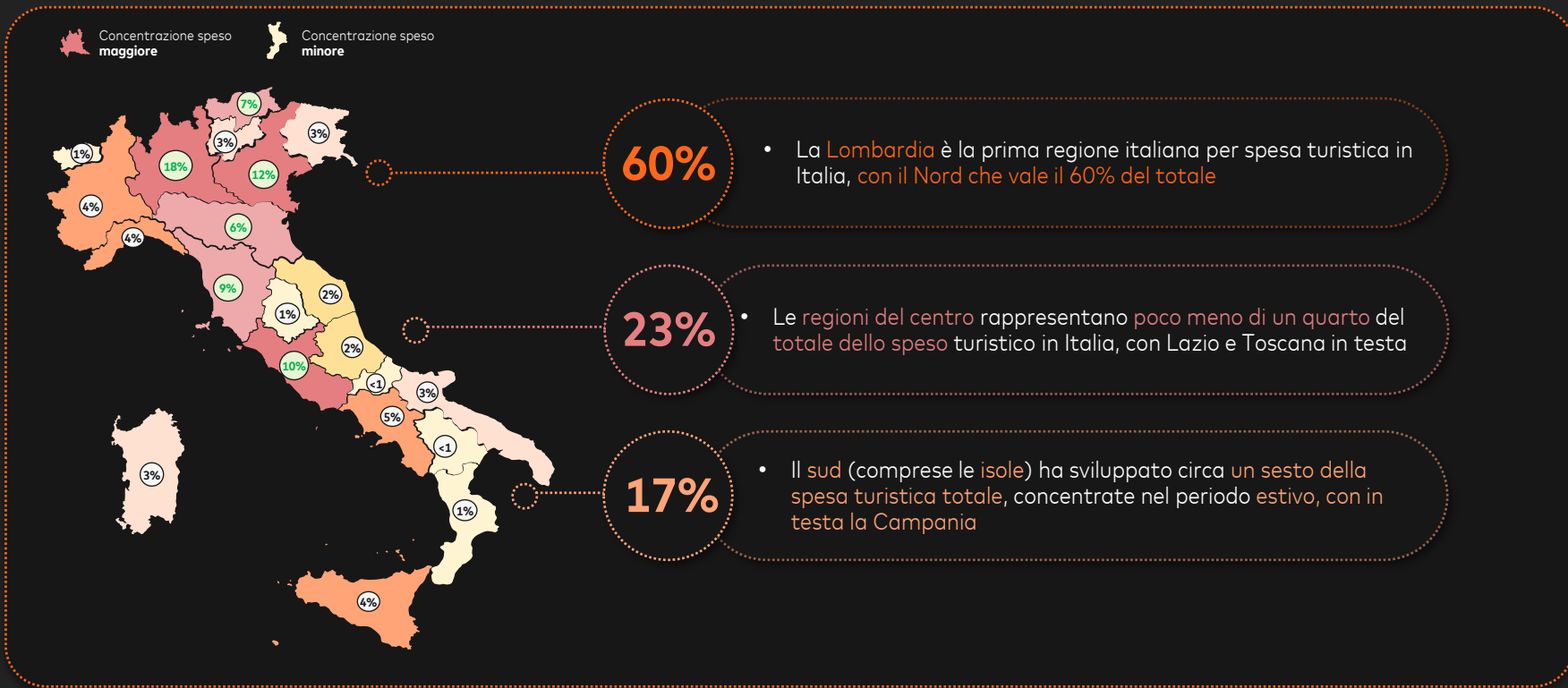
La **ripartizione dello speso turistico** tra **internazionale** e **domestico** in **Lombardia**



+16%

La **crescita YoY** dello **speso turistico** complessivo in **Lombardia**

Nel 2024 la spesa 'turistica' (internazionale e domestica non residenziale) si è distribuita in maniera non uniforme sul territorio italiano

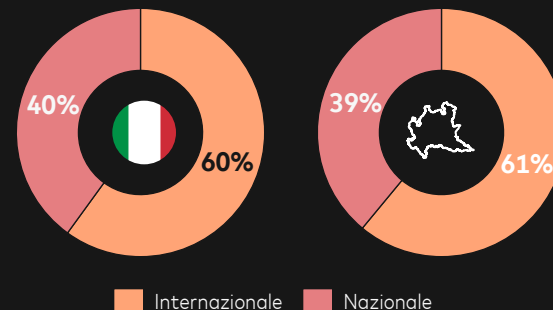


La Lombardia rappresenta la prima regione italiana per volumi di spesa turistica nazionale ed internazionale, con una crescita leggermente superiore alla media nazionale

LA SPESA TURISTICA NELLE PRINCIPALI REGIONI ITALIANE

	% Tot	Var % YoY	%Var Dom	%Var Int.	% speso Int.
	18%	16%	25%	11%	61%
	12%	13%	24%	7%	70%
	10%	13%	17%	11%	64%
	9%	10%	19%	6%	70%
	7%	10%	30%	7%	84%
	6%	21%	27%	13%	39%
	5%	11%	17%	7%	56%
ITALIA	100%	15%	24%	10%	60%

SPLIT SPESO NAZIONALE / INTERNAZIONALE



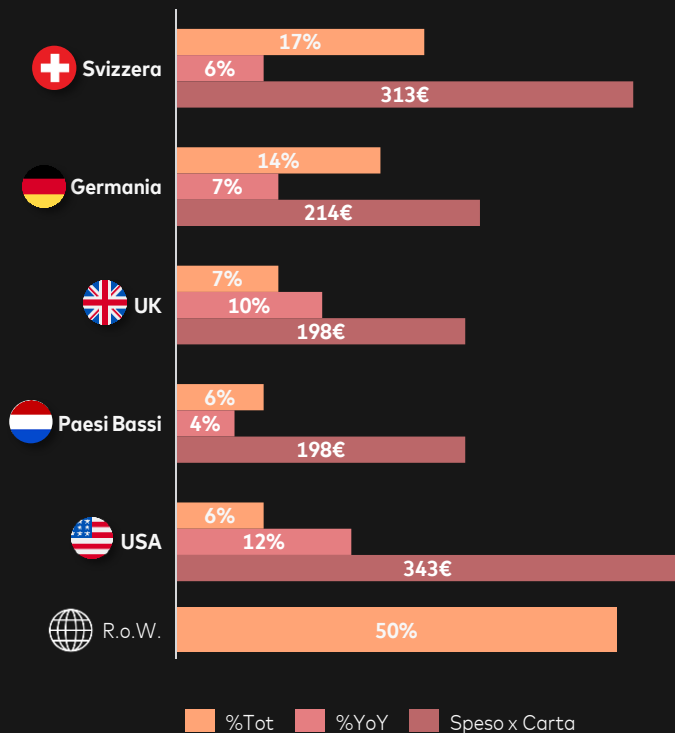
SPESA X CARTA LOMBARDIA

 **119€**
 **256€**

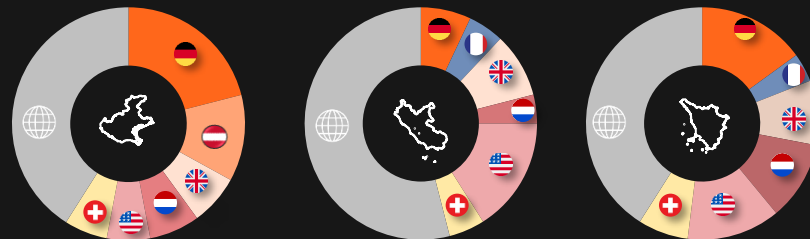

- La **Lombardia** cresce piu della media nazionale sia sul **domestico** che sull'**internazionale**
- La spesa turistica del **Veneto** e della **Toscana** è soprattutto **internazionale**, ma entrambe evidenziano **crescita limitata**
- Alto Adige** cresce sul **domestico** oltre la media nazionale, anche se il turismo è **internazionale**
- Emilia Romagna** è a trazione **domestica**, e **cresce** piu della media nazionale su tutti i parametri

In Lombardia prevalgono gli Svizzeri ed i Tedeschi che insieme rappresentano oltre un terzo del totale. Britannici e Statunitensi registrano i tassi di crescita più elevati

TOP 5 FLUSSI INTERNAZIONALI IN LOMBARDIA 2024



FLUSSI INTERNAZIONALI IN REGIONI SELEZIONATE



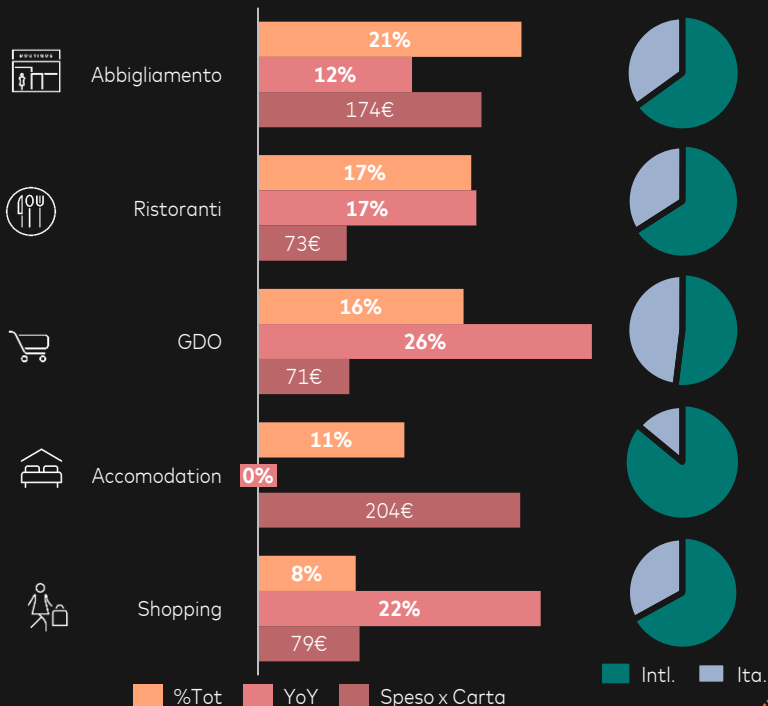
- Lo speso turistico internazionale si distribuisce in modo differente nelle varie regioni
- I **tedeschi** rappresentano, con gli austriaci, il primo flusso in Veneto e sono consistenti in Toscana e Lombardia
- Gli **Statunitensi** sono prevalenti nel Lazio e molto consistenti in Toscana, mentre sono secondari in Veneto e Lombardia
- Gli **Inglese** si distribuiscono in maniera abbastanza uniforme in tutte le regioni
- Gli **Olandesi** sono più presenti in Toscana, in particolare sulla costa

L'abbigliamento evidenzia i maggiori volumi di spesa, la ristorazione la categoria con o tassi di crescita maggiori. Impatto limitato e volumi stabili per lo speso in Hotel

FLUSSI PER INDUSTRY IN LOMBARDIA

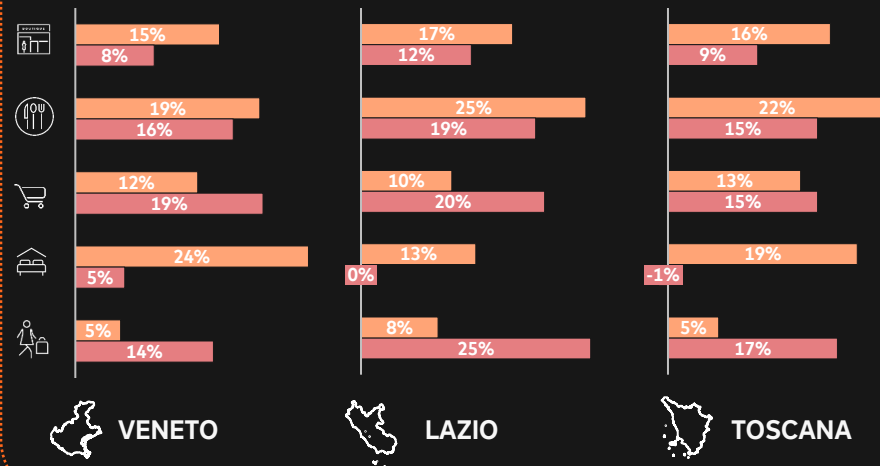
Quota di speso sul totale /crescita YoY

% Int./Naz.



FLUSSI PER INDUSTRY REGIONI SELEZIONATE

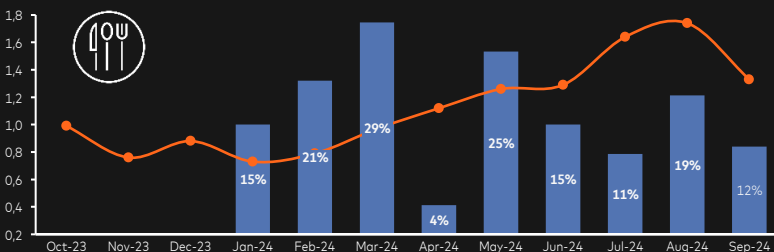
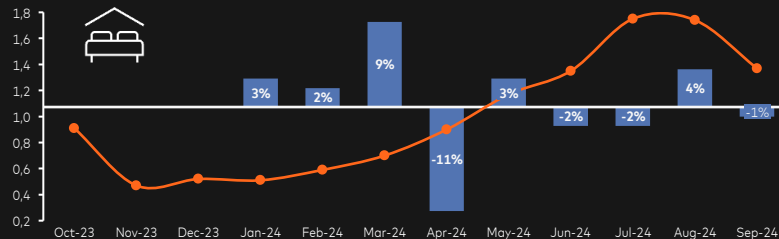
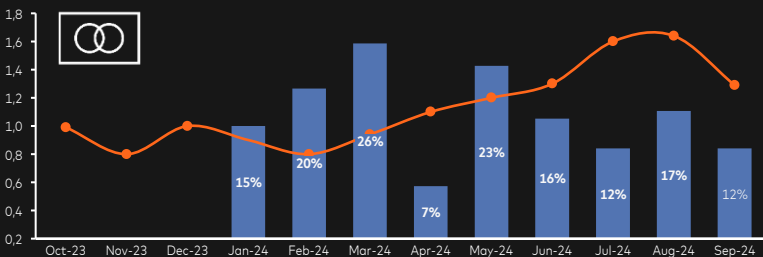
%Tot YoY



- **Abbigliamento** e **Shopping** in Lombardia hanno un impatto più alto rispetto alle altre regioni
- La **ristorazione** è più alta in Lazio e Toscana, ma cresce in maniera analoga dappertutto
- L'**accommodation** cresce, seppur di poco, solo in Veneto dove pesa quasi un quarto del totale

La spesa complessiva cresce in modo simile nel corso dell'anno, con picchi in estate. In controtendenza l'accomodation che ha variazioni molto limitate in tutti i mesi

ANDAMENTO SPESO TURISTICO TOTALE LOMBARDIA

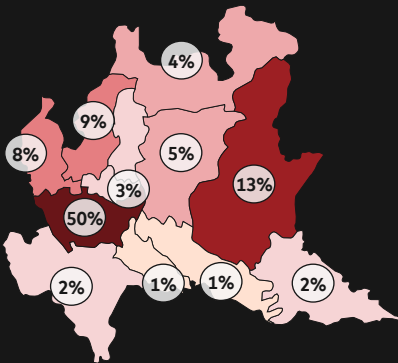


- La spesa per **ristorazione** ha lo stesso **andamento** della **spesa totale**, anche in termini di crescita mensile
- La spesa per **accomodation** è **flat** tutti i mesi (marzo e aprile si compensano), con il **massimo** a **Luglio** e il **minimo** a **Novembre**
- Dicembre** ha un picco sulla spesa complessiva e sulla **ristorazione**, ma non sull'**accomodation**

Milano rappresenta il 50% della spesa non residenziale, grande rilevanza internazionale dei Laghi. Prevalgono svizzeri, tedeschi e statunitensi (specie a Milano)

DISTRIBUZIONE TERRITORIALE DELLO SPESO IN LOMBARDIA

	% Tot	% YoY	% speso Int.	Speso x carta	TOP Mese	Località	Industry	Origine
Milano	50%	16%	56%	145€	LUG	Milano Buccinasco (cap)	 	 
Brescia	13%	13%	74%	151€	AGO	Limone SG (cap) Sirmione	 	 
Como	9%	7%	89%	134€	AGO	Como Bellagio	 	 
Varese	8%	13%	73%	107€	AGO	Tronzano LG (cap) Varese	 	 
Bergamo	5%	20%	55%	50€	AGO	Bergamo Orio al Serio (cap)	 	 
Sondrio	4%	11%	83%	268€	FEB	Livigno Valfurva (cap)	 	 
Monza & Bri.	3%	25%	32%	73€	AGO	Monza Lissone	 	 
Mantova	2%	24%	22%	101€	AGO	Mantova Bagnolo San Vito	 	 
Pavia	2%	20%	25%	94€	AGO	Pavia Voghera	 	 
Lecco	2%	17%	68%	93€	AGO	Lecco Varenna	 	 
Cremona	1%	20%	29%	82€	AGO	Cremona Crema	 	 
Lodi	1%	16%	25%	69€	AGO	Lodi San Rocco Al Porto	 	 
LOMBARDIA	100%	16%	61%	176€	AGO	MILANO COMO	 	 



- Milano città e Como Città sono le prime due località per volume di speso non residenziale in Lombardia
- I territori a maggior vocazione turistica vedono una forte prevalenza della spesa internazionale
- La ristorazione è prevalente in quasi tutte le province, mentre accomodation prioritario solo a Brescia e Sondrio





Grazie

*Il Turismo in Lombardia
La stagione 2024*

Saverio Mucci
Government Engagement Lead Italy

