

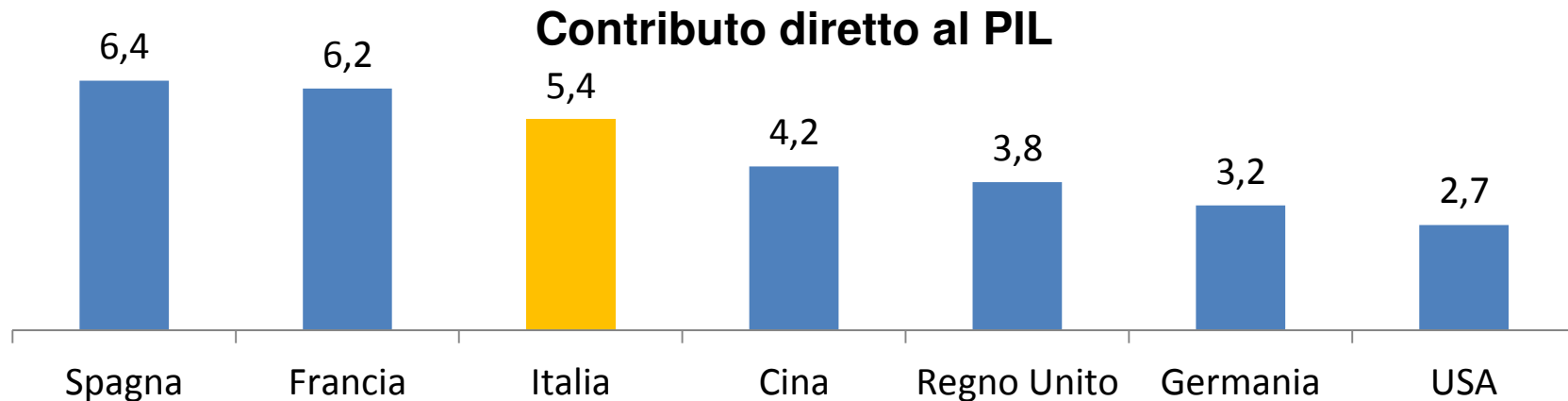
L'impatto economico «attuale e potenziale» del Turismo in Italia

Direttore Generale SRM
Massimo Deandreis

30 maggio 2013

In un contesto turistico mondiale che è in continua crescita...l'Italia è ancora ben posizionata

- Gli Arrivi turistici internazionali **sono cresciuti nel mondo del 4% nel 2012** toccando per la **prima volta 1 miliardo**.
- L'Italia, nel 2012, **con 47,4 milioni di arrivi turistici internazionali, si posiziona al 5° posto** nella graduatoria mondiale (Francia è al primo posto)
- Se si considera **l'impatto che il turismo svolge sul Pil**, l'Italia, con un **valore pari al 5,4%**, è al **3° posto**, non molto distante dalla Spagna e dalla Francia, suoi principali competitor.



Fonte: Unwto. Per l'Italia, Istat Conto satellite per il Turismo

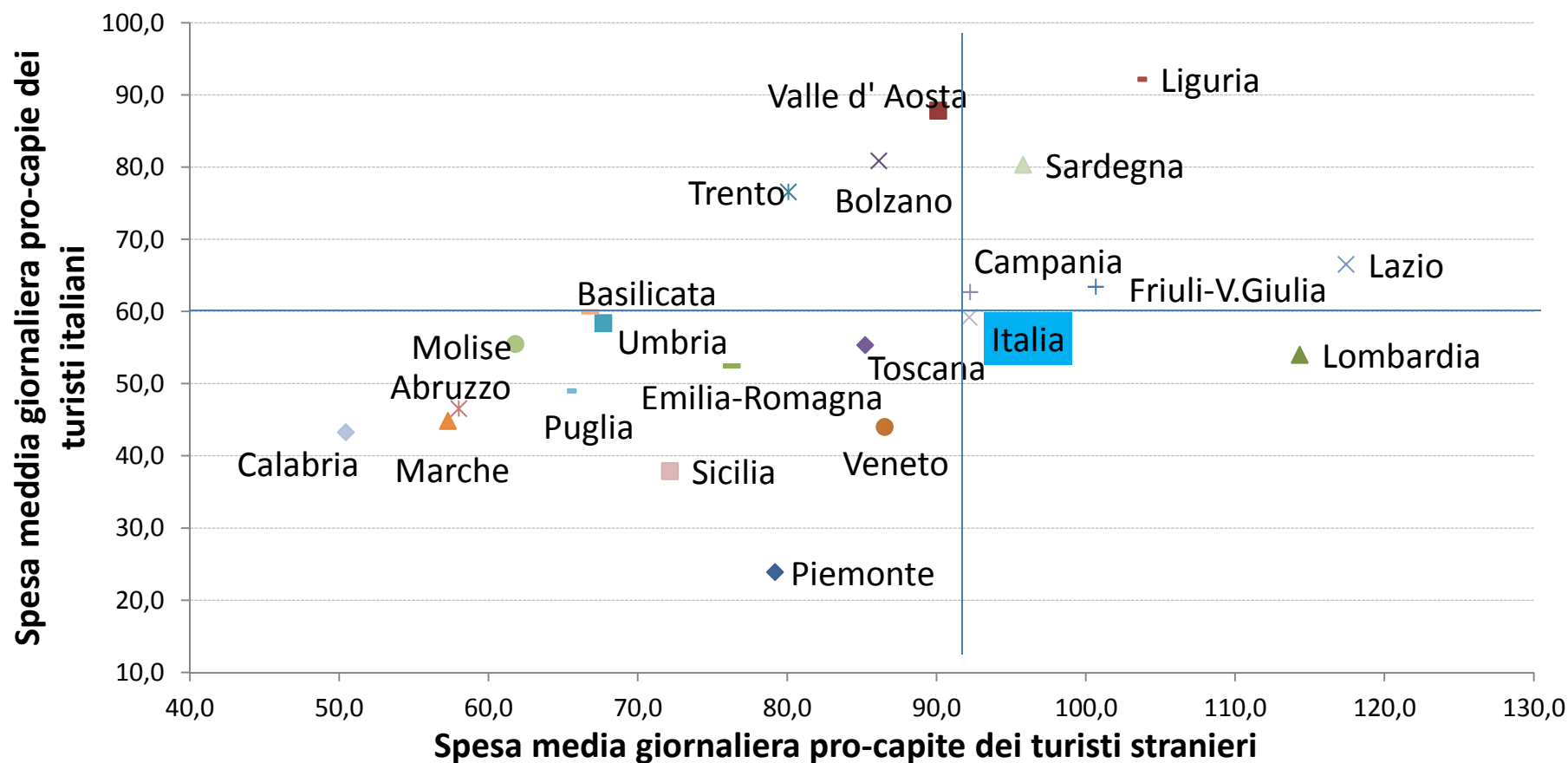
Il turismo in Italia: alcuni dati

- **Arrivi turistici:** 103,7 milioni (al 2011, di cui 18% nel Mezzogiorno), +5% rispetto al 2010 (+4% Mezzogiorno). **Per il 2012 si rileva in Italia (98,1 mil) un calo del 5,4%** rispetto al 2011 (- 9,9% gli arrivi italiani e -0,1% quelli stranieri)
- **Presenze turistiche:** 375,5 milioni (al 2011, di cui 20% nel Mezzogiorno),+3% rispetto al 2010 (+2,7% Mezzogiorno). **Nel 2012 si rileva un calo di -6,4% (362 mil.) rispetto al 2011** (-11,2% le presenze italiane e -0,7% quelle straniere)
- **Previsioni economiche:** il 2012 è stato quindi un anno negativo per il turismo. **Per il 2013** le imprese turistiche italiane e meridionali **non prevedono rilevanti cambiamenti**, né in termini di fatturato che della situazione finanziaria.
- **Occupati nel settore alberghi e ristoranti:** 1,2 mln di unità (di cui il 22% nel Mezzogiorno) nel 2012, pari al 6% degli occupati della regione (nel Mezzogiorno il 4%)
- **Valore aggiunto turistico diretto:** 82.833 mln di euro (di cui 17.453 mld di euro , nel Mezzogiorno) pari a circa il 6% del VA totale dell'economia (circa il 5,4% nel Mezzogiorno); incidenza molto vicina a quella del settore delle costruzioni
- **Spesa turistica straniera:** 32 mld di euro nel 2012 (di cui 13% nel Mezzogiorno), +3,8% rispetto al 2011 (+5,3% nel Mezzogiorno)
- **Esercizi alberghieri:** 33.911 strutture (di cui il 21% nel) pari al 22% delle strutture ricettive complessive (nel Mezzogiorno 27%) con 2,2 mln di posti letto (di cui il 28 % nel Mezzogiorno)

La rilevanza del turismo incoming: chi spende di più e ... dove si spende?

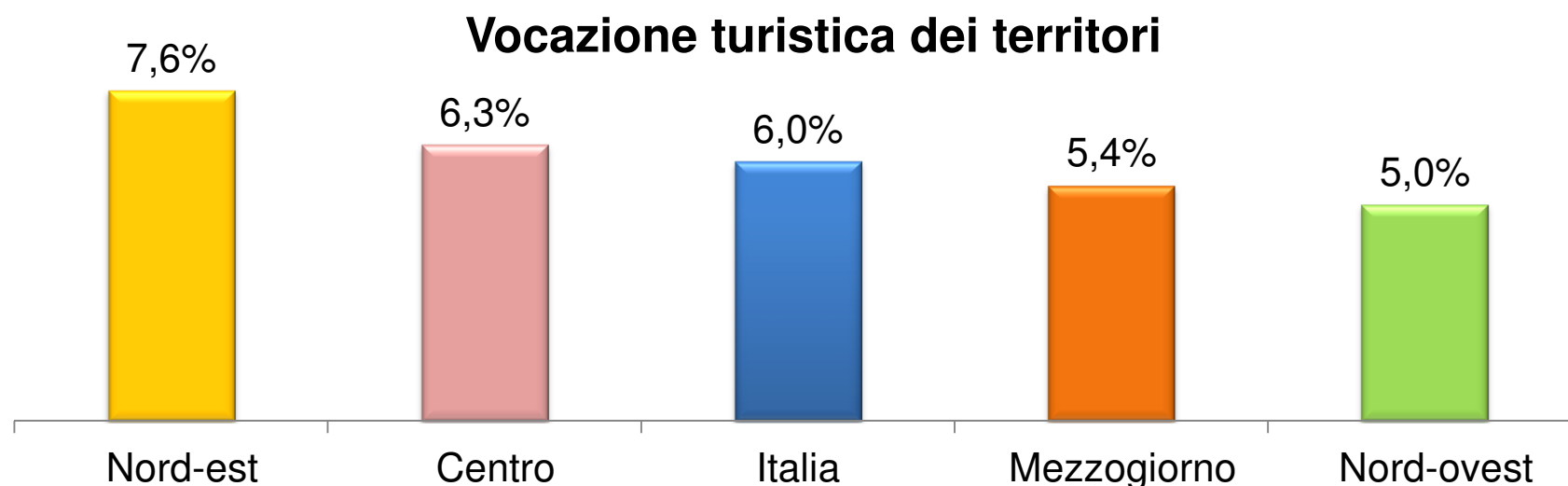
- **La spesa media turistica giornaliera pro-capite** del turista straniero si mantiene su livelli superiori rispetto a quella dei turisti italiani (**90,2 contro 59,2**). Essa risulta particolarmente alta nel **Lazio** (117,4 €), **Lombardia** (114,3), **Liguria** (103,5) e **Friuli V.G.** (100,7).

Spesa media pro-capite giornaliera per tipologia di viaggiatore. Analisi regionale



Qual è l'incidenza del Pil turistico diretto

- In Italia si stima un **valore turistico diretto di 82.833** milioni di euro, pari al **6% del valore aggiunto totale** (1.391.857 milioni di euro- *dati del nuovo conto satellite*).
- Il **Nord est** è l'area geografica con la più alta vocazione turistica (7,6%), rispetto alla propria economia produttiva.



Fonte: SRM su dati Istat

... e quanto tutto ciò dipende dalla «Quantità» e dalla
«Qualità» del fenomeno turistico!

L'effetto Quantità: che cos'è il moltiplicatore di presenza?

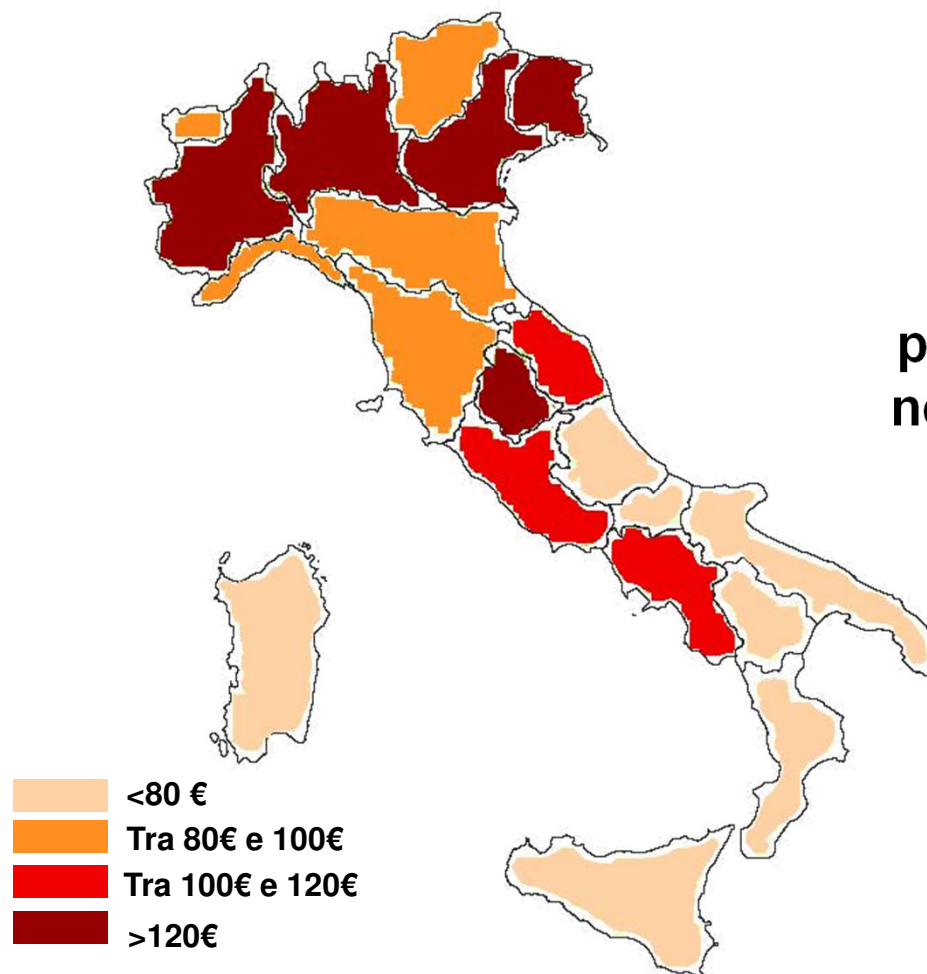
- Il moltiplicatore di presenza è strettamente legato all'attività turistica ed indica **quanto Valore Aggiunto attiva una presenza turistica in regione** ossia quanto valore aggiunto crea in più un soggiorno aggiuntivo nella regione.

Moltiplicatore di presenza = Valore Aggiunto attivato sul territorio per 1 soggiorno aggiuntivo

- Pertanto su questo moltiplicatore **oltre alla composizione dei beni e servizi acquistati in regione ed agli scambi interregionali incide anche il livello medio dei prezzi.**
- Tale indicatore ha, quindi, **il vantaggio di indicare** anche «l'effetto marginale delle presenze turistiche»: cioè si potrebbe calcolare anche quanto genera **un aumento dell'1% delle presenze turistiche**, in termini di valore aggiunto sul territorio

L'effetto moltiplicativo delle presenze sul territorio regionale

- L'Italia, a parità di spesa, **per ogni presenza aggiuntiva nel paese**, genera **103,4 euro di VA**. (Intensità turistica: 6.382 presenze per 1000 abitanti)

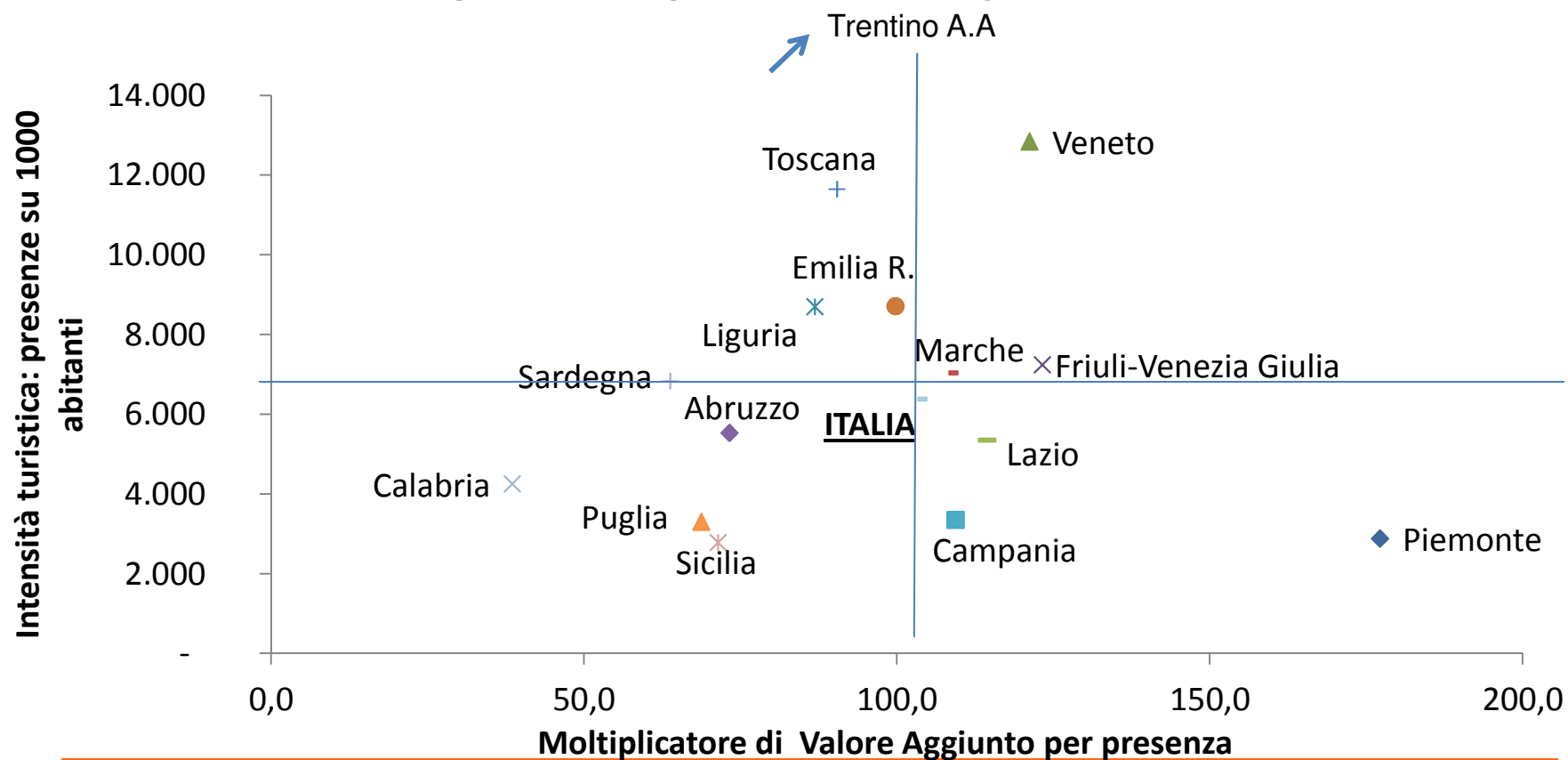


E questa è la *mappa italiana* dell'effetto moltiplicativo delle presenze turistiche: più evidente nelle regioni centro settentrionali ma

... con evidenti margini di sviluppo anche in altre aree d'Italia

- Le regioni meridionali ad esempio, grazie alla varietà di turismi sviluppati o sviluppabili, al grado di evoluzione del **sistema di ospitalità delle destinazioni** turistiche, alla **capacità di attrarre flussi turistici internazionali** ...hanno ampi margini per attirare turisti e quindi diventare un'area fertile per lo sviluppo economico turistico

Moltiplicatore di presenza delle regioni ed intensità turistica



... pertanto un aumento delle presenze garantirebbe una crescita significativa del V.A. Turistico sui territori

- Dall'analisi della sensibilità del VA turistico alla variazione delle presenze turistiche si presentano i seguenti scenari:

Se le presenze turistiche aumentassero del..

10%	- →	il VA turistico nella	- →	230 milioni di euro arrivando a 2.529
20%	- →	Sardegna crescerebbe di ...	- →	460 milioni di euro arrivando a 2.759
10%	- →	il VA turistico nella	- →	439 milioni di euro arrivando a 4.829
20%	- →	Campania crescerebbe di ...	- →	878 milioni di euro arrivando a 5.268
10%	- →	il VA turistico in	- →	538 milioni di euro arrivando a 5.923
20%	- →	Piemonte crescerebbe di ...	- →	1.077 milioni di euro arrivando a 6.461

La potenzialità economica del turismo varia anche in base alle destinazioni ed alla varietà dell'offerta: l'effetto «qualità»

- La capacità endogena di creazione di ricchezza, in relazione all'aumento di presenze turistiche, **cambia in base alla tipologia di turismo**. Ad esempio il turismo enogastronomico attiva più ricchezza rispetto a quello balneare

Moltiplicatore di presenza per destinazione: VA attivato su presenza

119,6 €



Enogastronomico

105,4 €



Culturale

83,8€



Balneare

- Non solo...essa **dipende anche dallo sviluppo di un sistema turistico integrato** (balneare/ culturale/ enogastronomico/ montano/ folkloristico, ecc) che sfrutti le **Sinergie organizzative e produttive** con i settori attigui



Quindi come migliorare l'impatto economico del Turismo sul territorio? E' un mix di qualità e quantità

- Quanto più il turismo sviluppa **un'offerta sinergica in modo efficiente**, con altri settori come cultura e agroalimentare **tanto più la ricaduta sul PIL sarà maggiore**.
- Infatti, se il **moltiplicatore turistico** di impatto economico **nelle regioni «balneari»** salisse al livello medio del **cluster Culturale e/o Enogastronomico**: cioè di circa **20 euro avremo a parità di presenze**:

+4 miliardi euro di Valore Aggiunto in Italia

- Se poi a questo aggiungessimo il **fattore dinamico dell'aumento delle presenze** (ad esempio il +20%) legate alla maggiore capacità attrattiva che ne conseguirebbe, l'impatto sul Valore Aggiunto sarebbe **di un ulteriore miliardo di euro** circa raggiungendo quindi quasi i:

+5 miliardi euro di Valore Aggiunto

Spunti di discussione: possibili strade per il rilancio del turismo

- **Riposizionare e ristrutturare l'offerta**, non limitandosi di fatto ad un'unica vocazione turistica
 - Creare poli turistici qualificati, *sviluppando sinergie settoriali potenzialmente vincenti e promuovendo nuove forme organizzative e produttive*
 - Seguire **l'ottica della promozione** dove è il cliente che va verso il prodotto, e se lo crea partendo dalle sue richieste. Tener conto, quindi, dell'**evoluzione della domanda turistica e del modo stesso di essere e «fare» il turista: globale e selettivo**
- Puntare maggiormente **sulla domanda internazionale**, stimolando una cultura sistemica imprenditoriale che rafforzi la capacità di **aggregazione delle imprese** (consorzi e reti d'impresa ecc.) con gli attori della filiera.
- Identificare il Turismo anche come **reale opportunità di business** per i finanziatori privati per favorire investimenti (in strutture ed infrastrutture di servizio), in **un'ottica di cooperazione pubblico-privato**, sfruttando ad esempio le grandi superfici disponibili
- Superare **le barriere infrastrutturali** che limitano la capacità di generare flussi turistici in diverse regioni italiane