



BANCA D' ITALIA

EUROSISTEMA

Turismo in Italia. Numeri e potenziale di sviluppo

*Presentazione dei risultati di un progetto di
ricerca della Banca d'Italia*

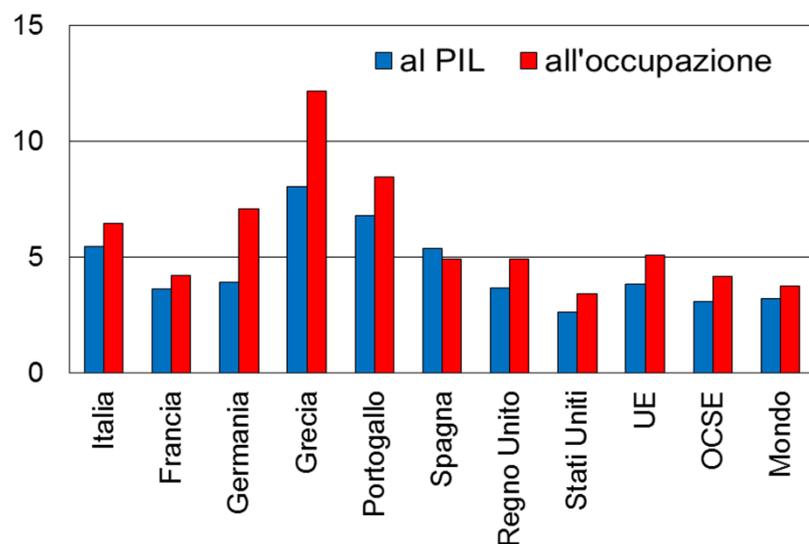
Roberto Torrini

Destinazione Umbria - Perugia, 27 marzo 2019

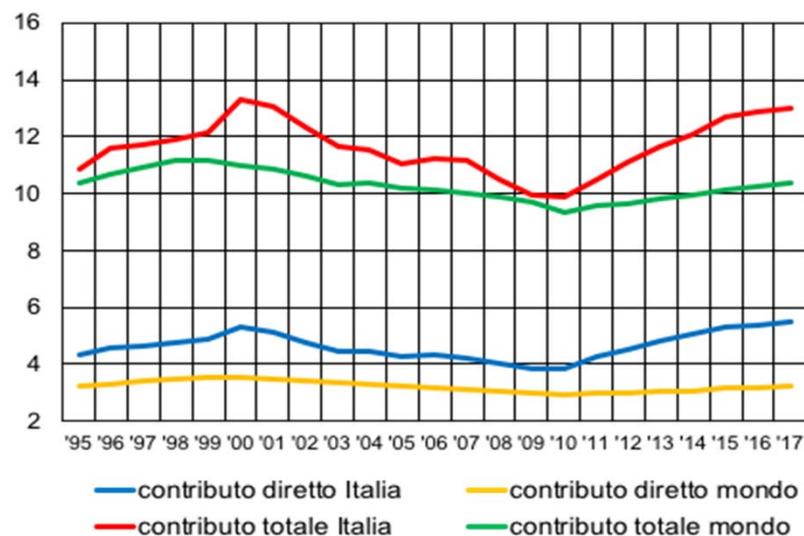
Il turismo ha un peso rilevante nel nostro paese

L'incidenza del turismo in Italia e nel confronto internazionale (quote percentuali)

(a) contributi diretti nel 2017



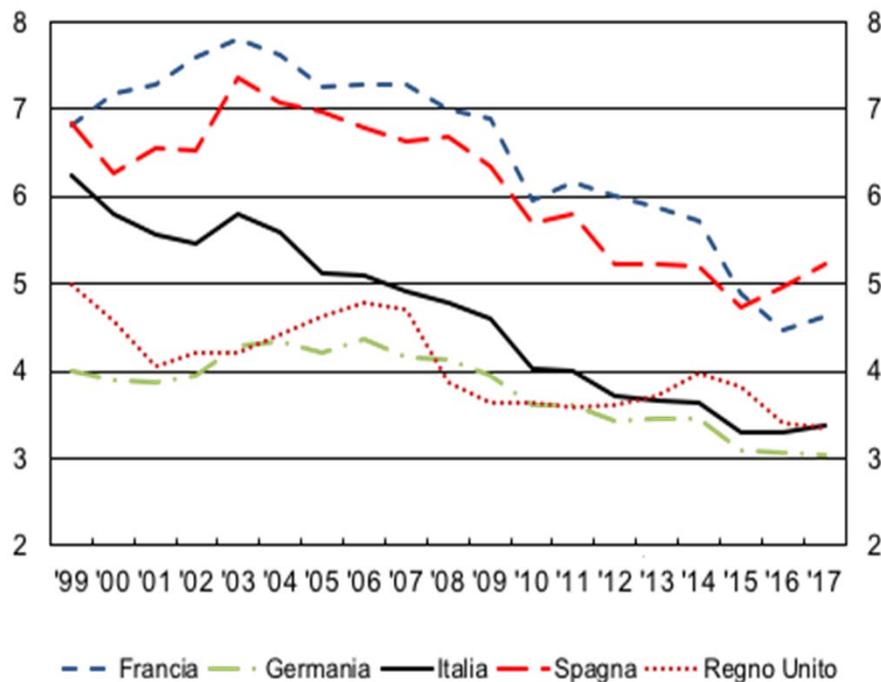
(b) Contributi diretti e indiretti al PIL



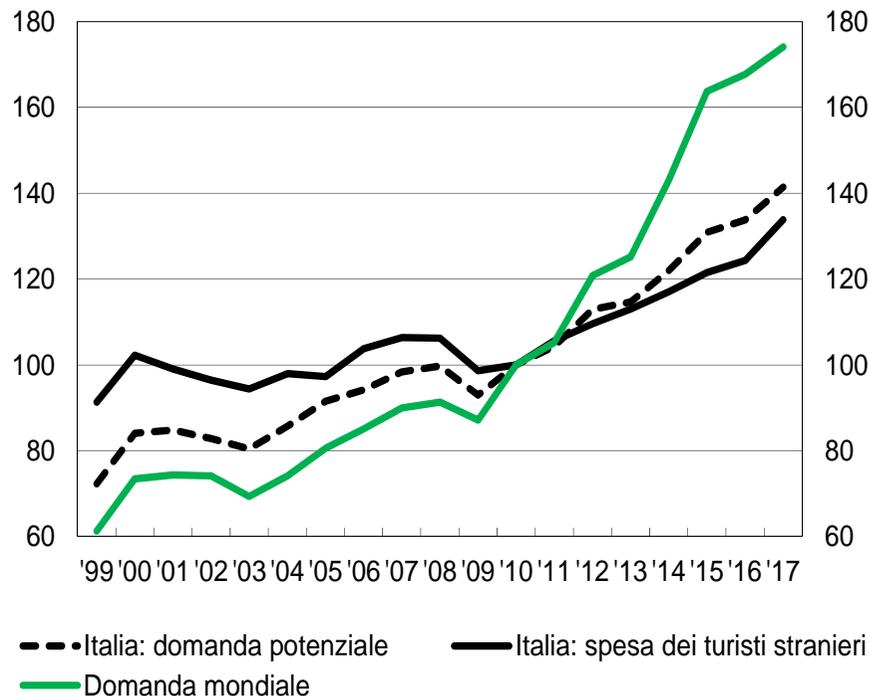
Alle attività turistiche sono direttamente riconducibili **oltre il 5 per cento del PIL e oltre il 6 per cento degli occupati** del Paese. È un peso elevato nel confronto internazionale. Anche considerando gli effetti indiretti l'Italia si mantiene al di sopra della media mondiale. **Saldo bilancia turistica strutturalmente in avanzo: 0,9%**; 40% dell'export di servizi

L'Italia ha progressivamente perso quote di mercato Dal 2010 è in atto una buona ripresa, ma più lenta della domanda

(a) Quote di mercato Italia e principali paesi UE



(b) Entrate e domanda potenziale

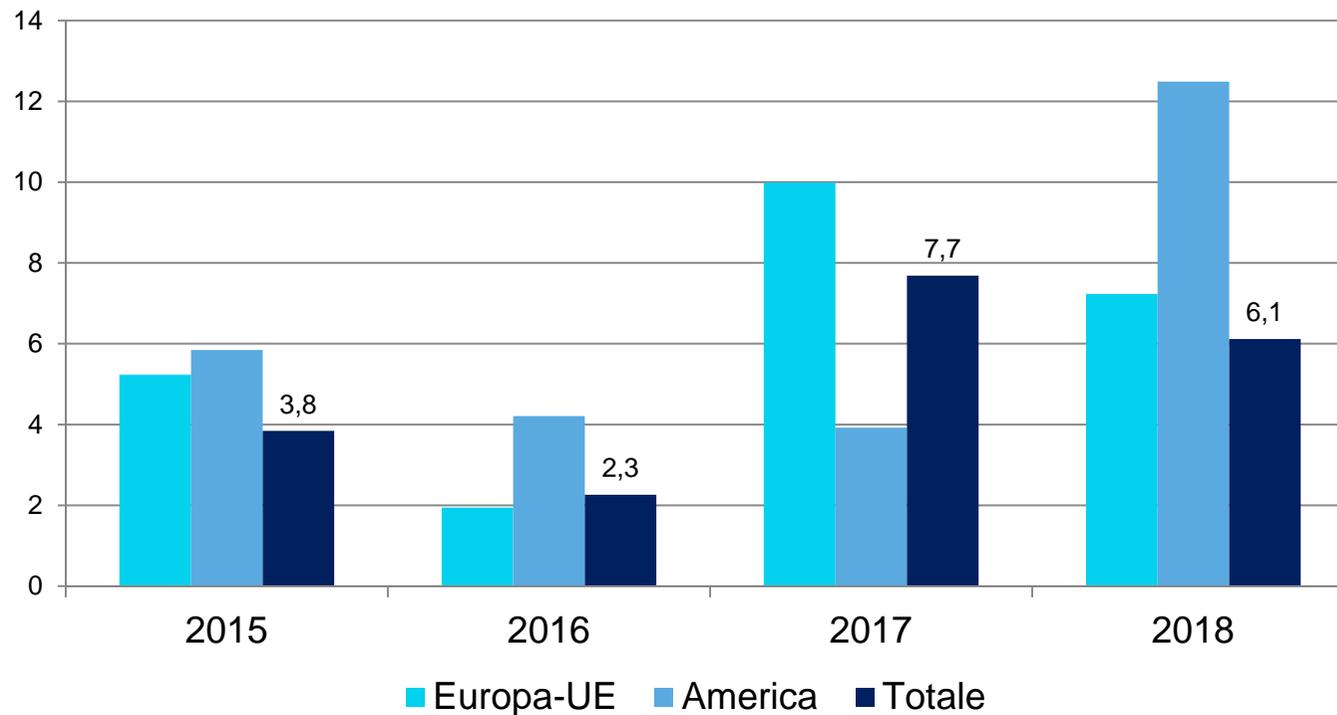


La perdita di quote di mercato ha coinvolto tutte le destinazioni turistiche mature, ma è stata **maggiore per l'Italia**.

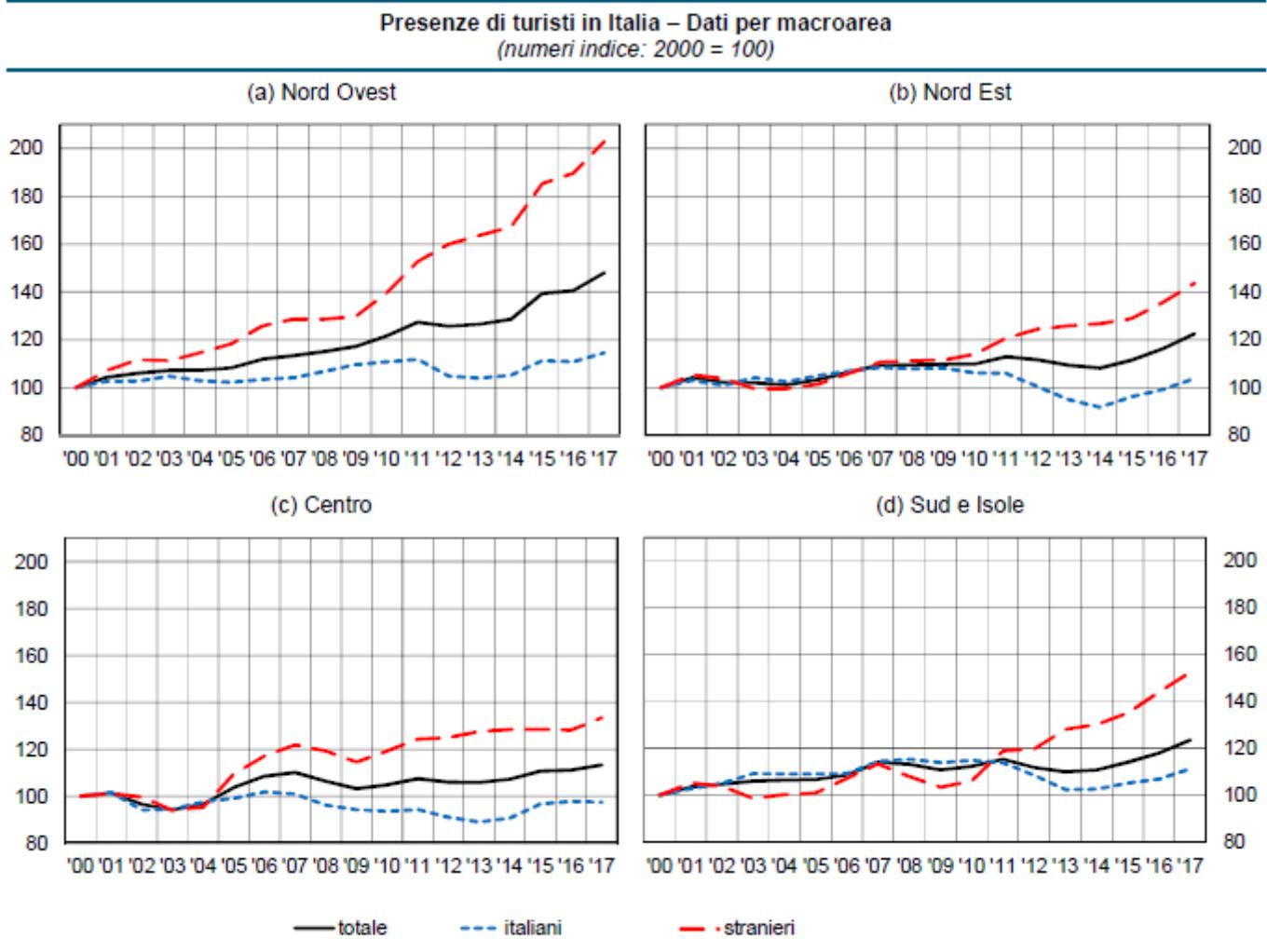
Dal 2010 la spesa degli stranieri cresce rapidamente ma ancora meno della domanda potenziale.

La crescita della spesa dei turisti stranieri ha accelerato nel 2017 ed è proseguita a tassi elevati nel 2018

Tassi di crescita della spesa dei turisti stranieri in Italia
(variazioni percentuali rispetto al periodo corrispondente)

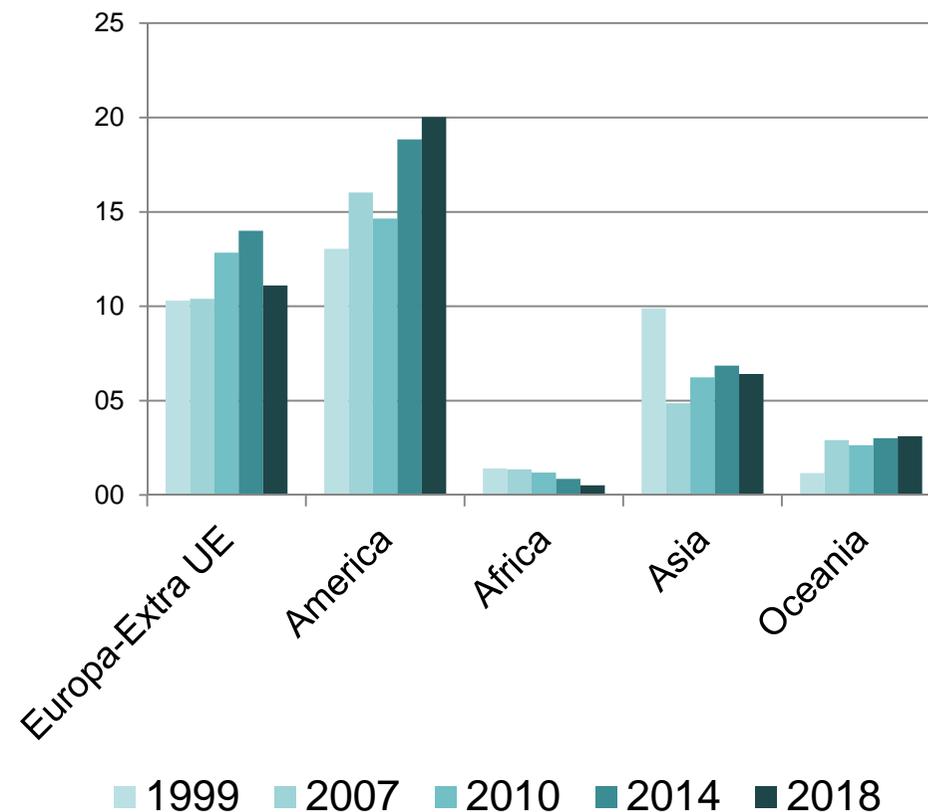
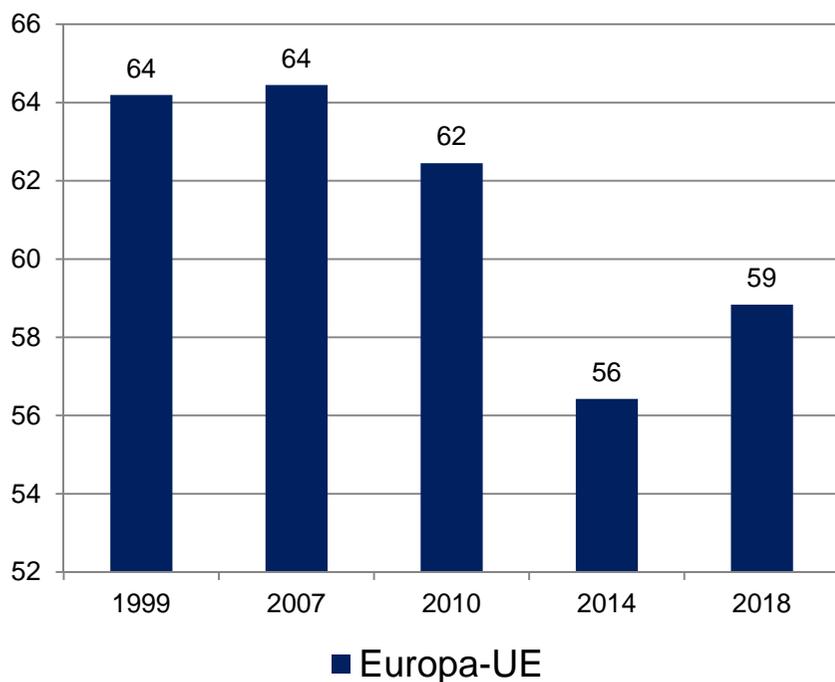


Le presenze straniere crescono più rapidamente di quelle italiane, comunque in recupero dopo la crisi



Fonte: elaborazioni su dati Istat.

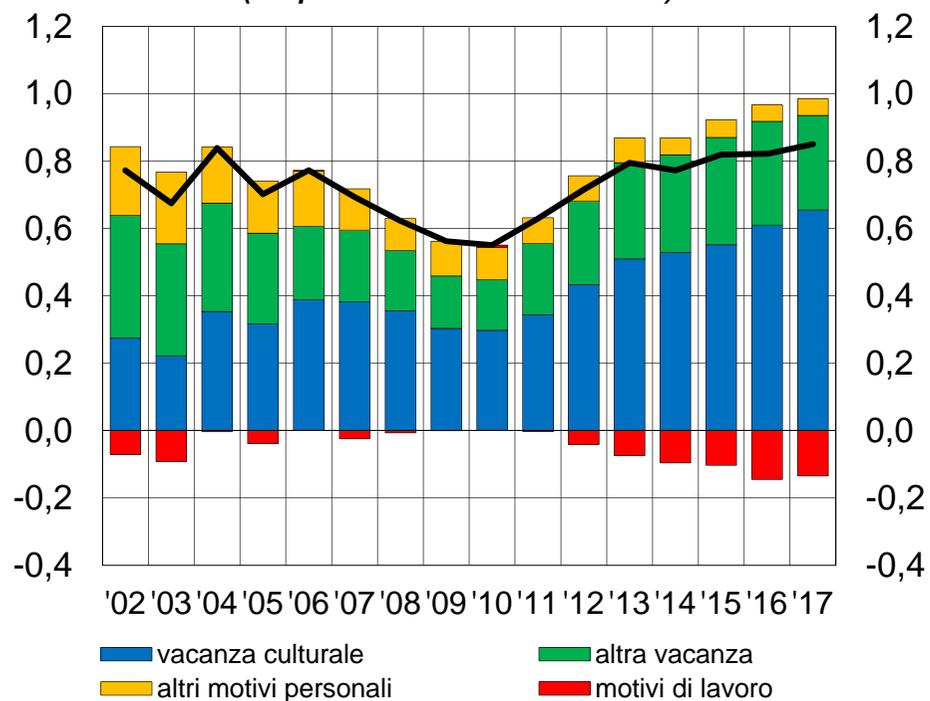
Quote di mercato per area di provenienza: in calo la quota dall'UE28, in crescita l'America (USA, Canada)



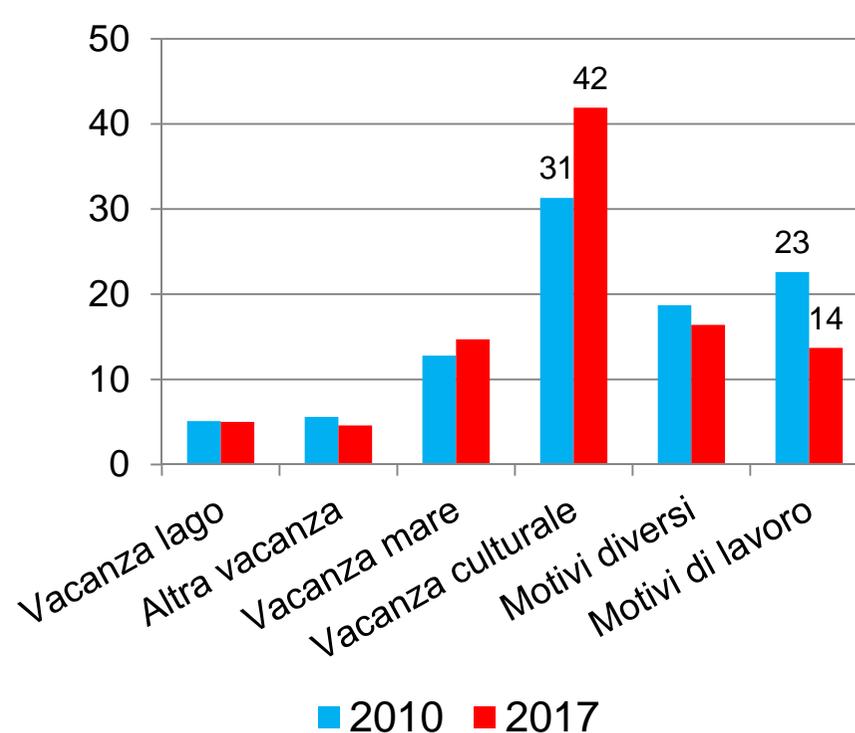
La Germania, primo mercato, ha a lungo ristagnato ma sembra ora in ripresa

La ripresa del turismo internazionale è guidata dalle vacanze, soprattutto culturali. In calo i viaggi d'affari

Contributi al saldo della bilancia dei pagamenti turistica in Italia
(in percentuale del PIL)



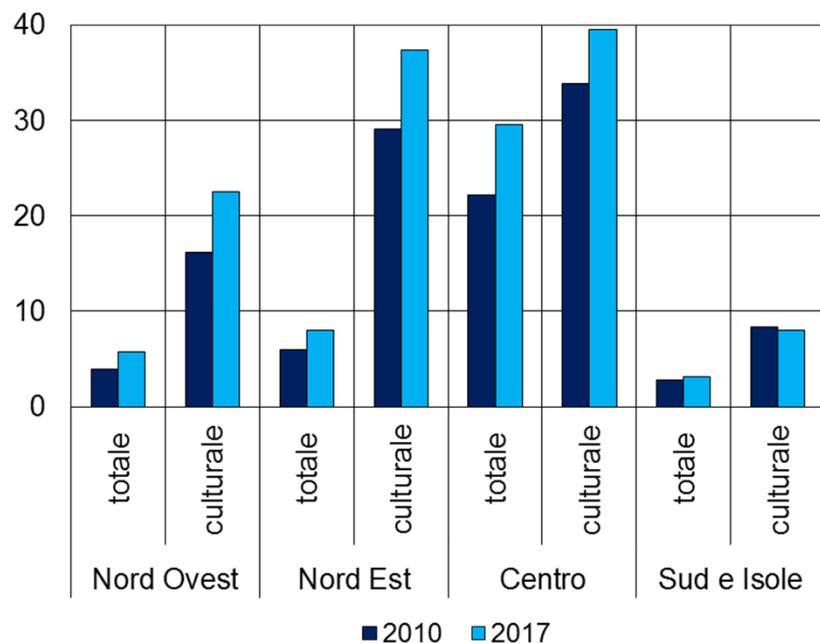
Spesa per motivo del viaggio, quote percentuali



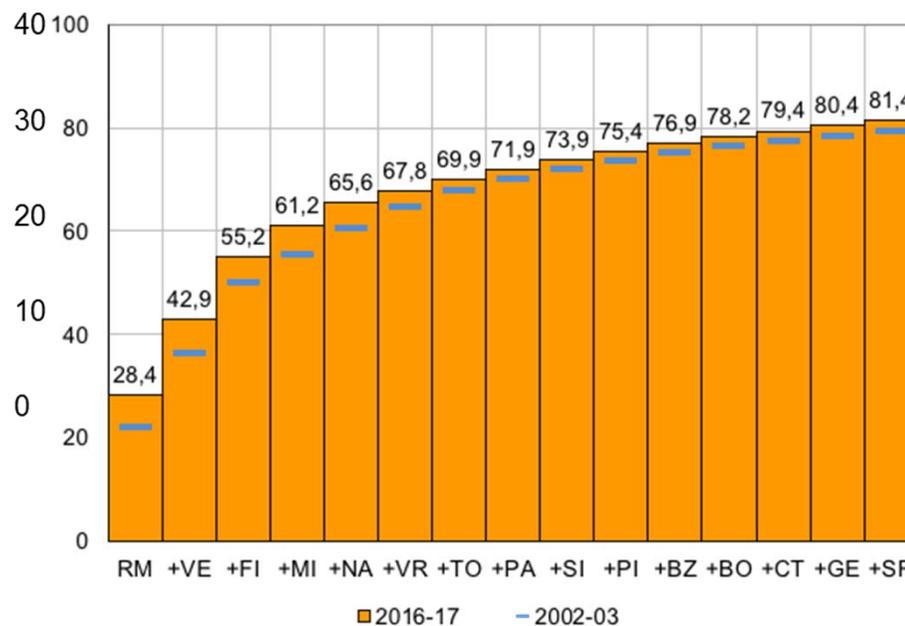
Patrimonio culturale diffuso ma turismo culturale piuttosto concentrato (concentrazione in aumento)

La concentrazione dei turisti stranieri in vacanza (valori percentuali)

(a) indice di concentrazione delle presenze



(b) quota cumulata delle presenze per turismo culturale nelle prime 15 province



L'incremento della concentrazione non ha riguardato il Mezzogiorno

Crescono le vacanze con motivazione multipla: l'offerta combinata di esperienze diverse può aiutare la promozione dei territori

MOTIVAZIONE PRINCIPALE

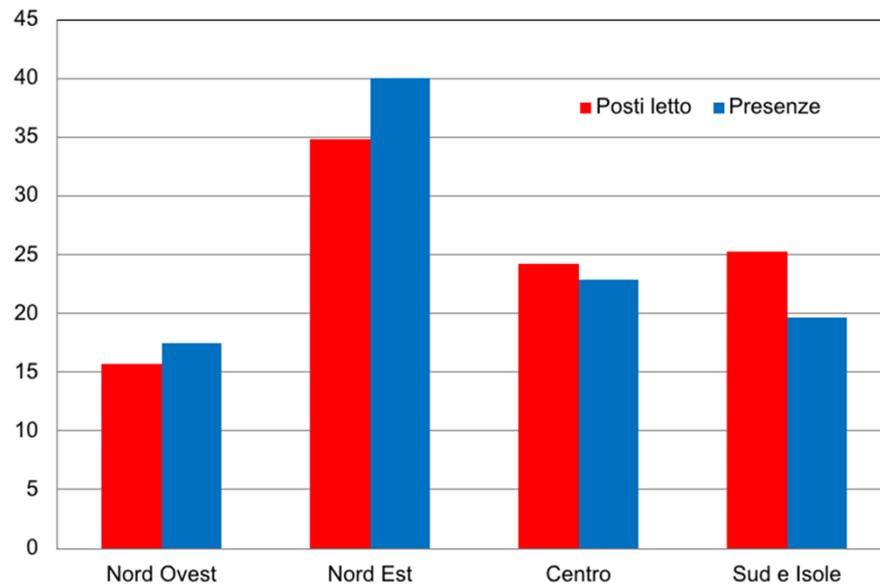
MOTIVAZIONE SECONDARIA	vacanza rurale		vacanza culturale		totale	
	2010	2017	2010	2017	2010	2017
rurale	-	-	6,1	13,3	5,5	14,4
culturale	8,7	23,7	-	-	6,1	10,4
mare	2,9	4,6	5,3	9,9	3,3	6,0
montagna	2,9	7,8	0,7	1,2	1,5	1,9
totale con motivazione secondaria	14,5	36,2	12,1	24,4	16,4	32,7

L'offerta ricettiva si è ampliata...

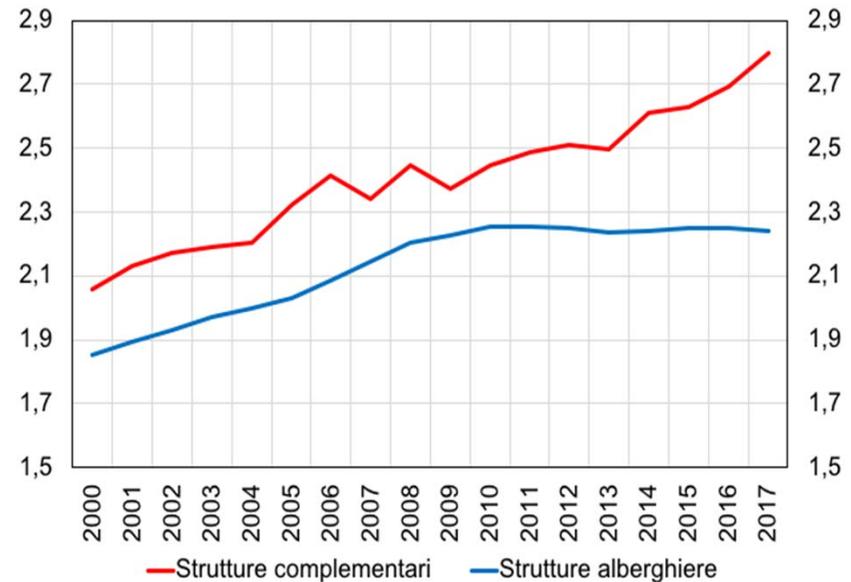
L'offerta ricettiva in Italia

(quote percentuali e milioni di unità)

(a) posti letto e presenze nel 2017



(b) la dinamica dei posti letto



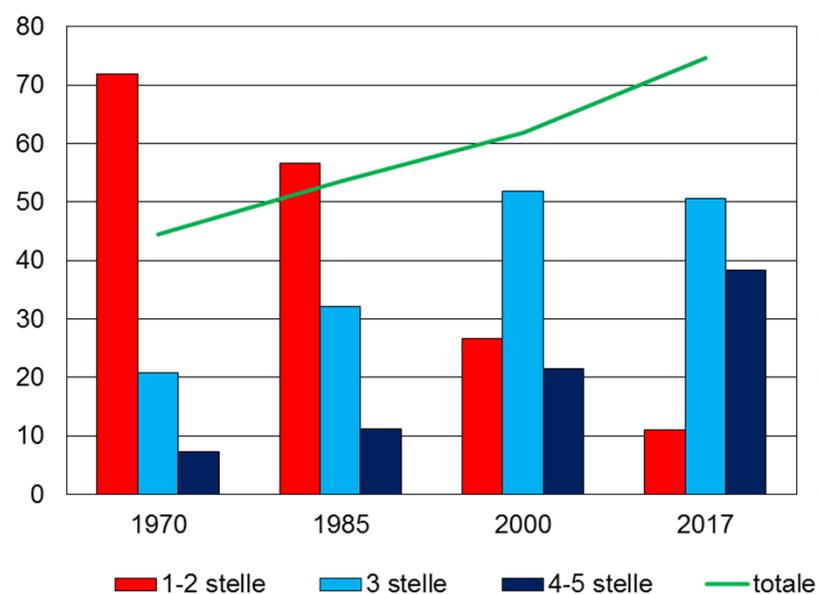
L'Italia è **prima in Europa per numero di strutture ricettive** e seconda solo alla Francia per numero di posti letto.

Il Nord Est è l'area in cui tradizionalmente si concentra la **quota maggiore dell'offerta ricettiva nazionale**.

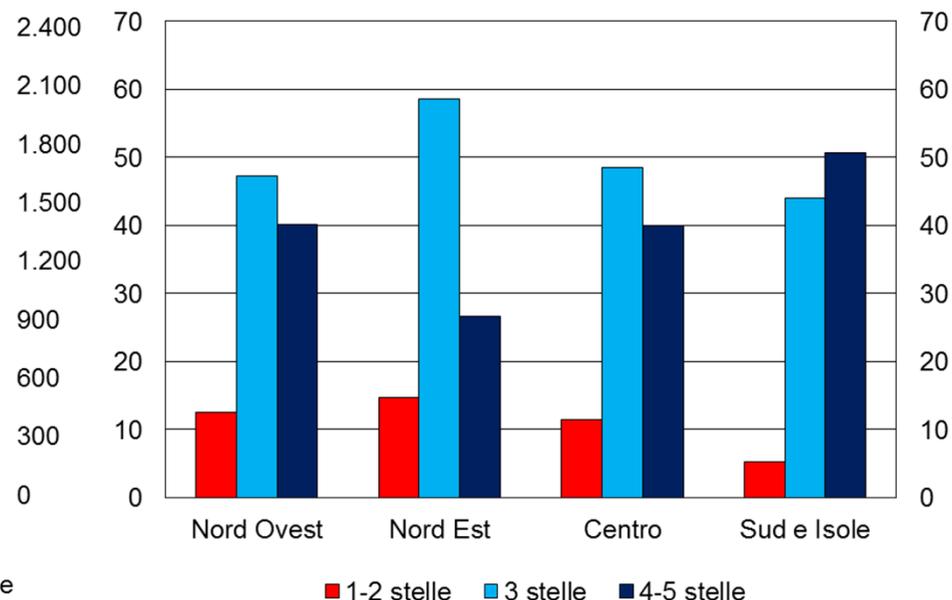
...e si è rimodulata verso strutture di maggiore qualità nel comparto alberghiero

Posti letto nelle strutture alberghiere per categoria di struttura
(composizione percentuale e migliaia di unità)

(a) in Italia



(b) per macroarea nel 2017



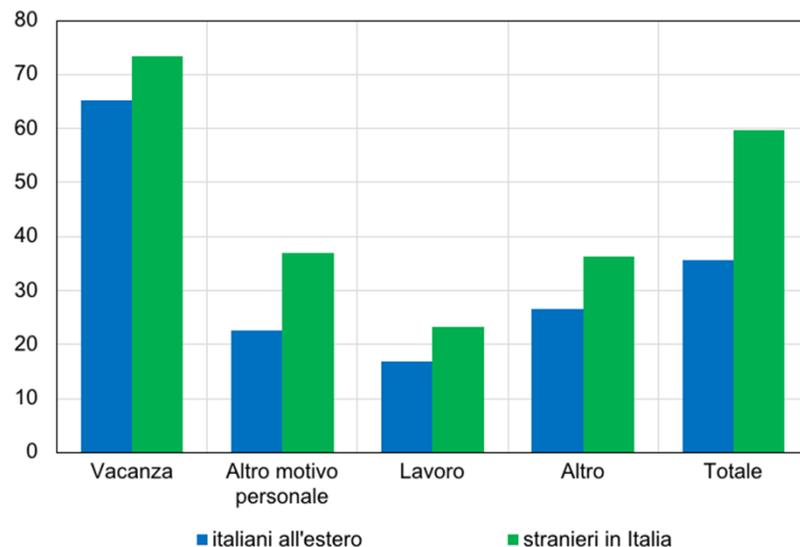
Tale ricomposizione, già in atto da decenni in Italia, si è accompagnata al successo dei B&B e alla diffusione di nuove modalità di alloggio legate alla *sharing economy*.

Il processo è stato **più intenso nel Mezzogiorno**. Il Nord Est continua invece a caratterizzarsi per una **maggiore incidenza di alberghi di qualità intermedia**.

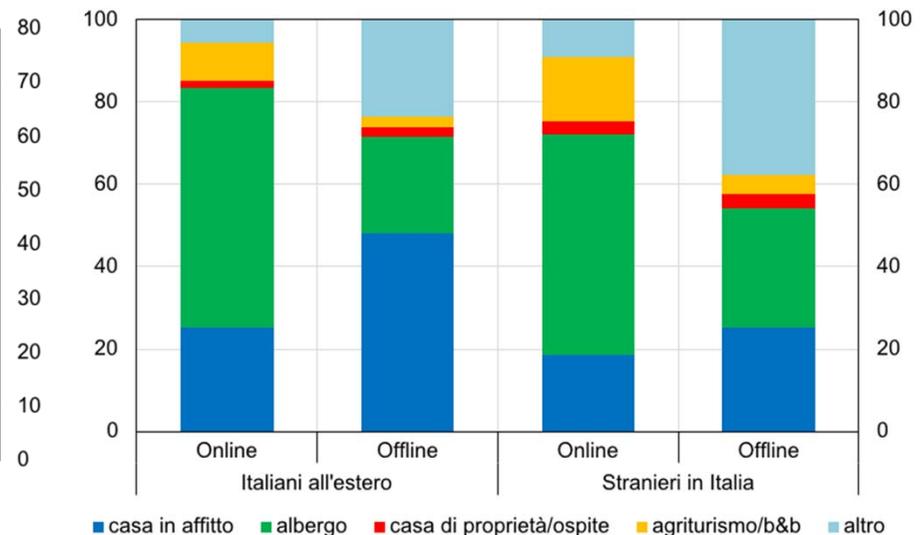
Il canale di prenotazione online è diventato quello prevalente per i viaggi di vacanza

Le prenotazioni online nel 2017 (valori percentuali)

(a) *incidenza delle prenotazioni online*



(b) *composizione per struttura ricettiva*



L'utilizzo di internet è **più contenuto per gli italiani** che per gli stranieri. Il gap si riduce se si considerano solo le vacanze.

L'**incidenza di alberghi, agriturismi e B&B** è maggiore tra chi prenota online rispetto a chi non utilizza internet.

Si stima che la diffusione dei canali di prenotazione online abbia beneficiato relativamente di più i centri turistici minori, favorendone la visibilità.

L'Italia ha un chiaro vantaggio competitivo dovuto alla ricchezza di dotazioni paesaggistiche e culturali, ma occorre rafforzare le politiche nazionali per il turismo

- **Il turismo internazionale va bene ma potrebbe andare meglio** (confronto con la domanda potenziale)
- **Il Mezzogiorno e le destinazioni minori a forte potenziale possono essere ulteriormente valorizzate**
- La crescita dei flussi da destinazioni lontane (Asia e non solo) potrebbero accrescere la **concentrazione** sulle mete di punta se non adeguatamente gestita dalle politiche
- Il settore presenta ancora una forte **stagionalità**
- **I trasporti costituiscono un vincolo alla diffusione del turismo**
- Il settore ha un'offerta ricettiva molto differenziata ma molto basata sulla **piccola impresa** con una **dotazione di capitale umano da migliorare**
- Le **nuove tecnologie e le piattaforme digitali** devono essere governate in favore della promozione dei territori e del brand nazionale

Nel rapporto si trovano degli approfondimenti connessi alle politiche: il ruolo dei **grandi eventi**, il **caso studio dell'apertura dell'aeroporto di Comiso**, il potenziale del **turismo fieristico**, il ruolo della **tassa di soggiorno**, l'impatto della **sharing economy** e dei **canali di prenotazione on line**

Le raccomandazioni OCSE

Definizione generale delle politiche:

- **Whole-of-government approach**, caratterizzato da una duplice integrazione: verticale tra i diversi livelli di governo (centrale e locale) e orizzontale fra diversi soggetti di governo (ad esempio tra i ministeri del turismo, dei trasporti, dell'economia, ecc.).
- **Coinvolgimento dell'insieme degli *stakeholders***
- **Promozione di un turismo sostenibile**

Indirizzi strategici:

- **Sistemi di trasporto fortemente integrati e intermodali**
- **Valorizzazione e crescita del capitale umano**
- **Adattamento dei sistemi turistici alla *sharing economy***

Il Piano strategico di Sviluppo del Turismo 2017-22 è una novità importante ma occorre dare continuità

La metodologia adottata è innovativa rispetto al passato (ispirata a un *metodo aperto e partecipativo*, in linea con le raccomandazioni dell'OCSE).

Quattro obiettivi generali:

- la **diversificazione dell'offerta** turistica;
- l'aumento della **competitività** del sistema (digitalizzazione, trasporti);
- lo sviluppo di un **marketing** efficace e innovativo;
- la realizzazione di una **governance efficiente e partecipata** (valorizzazione dei dati e monitoraggio).

Nell'insieme i contenuti sono coerenti con le priorità, il metodo adottato è in linea con le *best practices* internazionali. Occorre ora:

- **Rafforzare le amministrazioni e gli enti centrali**, consolidandone il ruolo di coordinamento e di **riferimento stabile** nel tempo per gli operatori e i diversi livelli amministrativi
- **Rafforzare la capacità di valutazione e monitoraggio** degli andamenti del settore e delle politiche
- **La costituzione del Dipartimento presso il Ministero delle Politiche agricole, alimentari, forestali e del turismo è un'opportunità da sfruttare in questa direzione**