



Turismo in Italia

I numeri di Banca d'Italia descrivono un mercato in crescita, ma anche un grande potenziale turistico ancora inespresso. Soprattutto al Sud **di Barbara A.**

Dietro le cifre e le percentuali riportate dagli studi e dalle ricerche ci sono sempre le caratteristiche e le contraddizioni di un mercato e di un Paese. Ed è proprio questa non univocità di lettura, questa natura articolata del risultato che fa della statistica la scienza più umanistica tra quelle matematiche. Così anche nel caso degli ultimi dati riportati dal recente studio di Bankitalia, presentato alla fine dell'anno per delineare il quadro del Turismo nel Belpaese, i numeri da soli senza la giusta interpretazione non possono restituire il panorama complesso che vive il settore. E la nostra Italia, del resto, quanto a contrasti non è seconda a nessuno. Il quadro, dunque, è tutto sommato positivo, grazie alla ripresa che sostiene con

decisione il turismo dal 2015 e lo fa essere una vera e propria locomotiva della crescita economica nazionale. Nel 2017 oltre il 5% del PIL è stato riconducibile direttamente alle attività turistiche e oltre il 6% degli occupati del Paese lavora nel settore dell'accoglienza. Si tratta di un peso economico pari a quello che il turismo ha in Spagna e superiore a quello della Francia e della Germania. Ancor più rilevante è l'impatto del settore se si prendono in considerazione anche gli effetti indiretti (investimenti, acquisti di materie prime e servizi, spesa pubblica per la promozione) e gli effetti indotti (spesa delle persone occupate direttamente o indirettamente dal comparto turistico): in questo caso nel 2017 parliamo del 13% del PIL e del 15% degli occupati.



Portofino. Vista sul porto e sul mare oltre il promontorio della Chiesa di San Giorgio

crescita dal 2010 al 2017 del 9% annuo (oltre i $\frac{1}{4}$ dell'attivo totale nel 2017). A sostenere questo aumento sono ancora una volta i turisti stranieri, che nello stesso periodo hanno speso l'80% per i viaggi culturali nel nostro Paese. Anche gli altri comparti del settore turistico hanno beneficiato della ripresa, sebbene con tassi di crescita più attenuati, fatto salvo, purtroppo, proprio per il settore dei viaggi d'affari, in calo dal 22% al 14% del totale. È questo del resto l'ambito che ha maggiormente risentito della profondità e della durata della crisi economica nel nostro Paese. Inoltre, come segnalano Andrea Petrella e Roberto Torriani, gli autori della ricerca di Bankitalia, la domanda potenziale del turismo business non è ancora coperta a causa di lacune e mancanze che ci portiamo dietro storicamente: una ancor scarsa attenzione alla pianificazione strategica, un'insufficiente capacità di promuovere l'immagine del Paese e bassi investimenti pubblici nel settore.

Una crescita disomogenea

Le difficoltà registrate dai viaggi d'affari non esauriscono le criticità riscontrate dallo studio di Bankitalia. Altro aspetto di fondamentale importanza per interpretare correttamente i dati è la non uniformità dei flussi internazionali di crescita lungo lo stivale. Sono infatti le regioni del Nordest e del Centro a intercettare la maggior parte del turismo incoming e della spesa collegata. Anche il Nordovest ha rafforzato la propria posizione, sul-

Dati decisamente superiori alla media UE e mondiale.

Anche guardando alla bilancia turistica italiana i numeri sono rassicuranti. Dal 2010 in avanti c'è stata una lenta ma progressiva ripresa che ha portato nel 2017 a un saldo positivo dello 0,9% sul PIL. Negli ultimi anni, infatti, le spese degli italiani all'estero sono rimaste pressoché invariate, mentre quelle degli stranieri in Italia sono cresciute con un ritmo di quattro volte superiore a quello del PIL nominale. Si tratta di un impatto decisamente rilevante anche in relazione alle esportazioni, dal momento che nel 2017 le entrate da viaggi hanno rappresentato il 40% dell'export di servizi a prezzi correnti (contro la media del 21% dei paesi dell'OCSE e quella mondiale del 25%).

Un incoming di qualità

A dominare la scena sono stati senz'altro i viaggi e le vacanze culturali. La voglia di conoscere e scoprire l'arte e la storia del nostro Paese ha generato una spesa in

Rovine del Colosseo e colonne accanto al Tempio di Venere a Roma





Venezia, Punta della Dogana, la scultura Ragazzo con la rana di Charles Ray

l'onda lunga dei grandi eventi, mentre il Mezzogiorno soffre ancora della evidente disparità tra potenziale turistico e reali flussi. Con il 78% delle coste e tre quarti dei parchi nazionali, con un quarto dei musei e oltre la metà dei siti archeologici avrebbe come è noto i numeri per conquistare un pubblico decisamente più vasto, mentre la spesa degli stranieri al Sud, sebbene stia migliorando, è pari solamente al 15% del totale. A fare da contraltare al sottodimensionamento del turismo internazionale nel nostro affascinante Meridione, si palesano altrove e in tutta la loro preoccupante contraddizione fenomeni di overtourism che affliggono alcune destinazioni (Venezia e Firenze in particolare) il cui equilibrio e il cui patrimonio artistico sono seriamente messi alla prova dall'eccesso incontrollato dei visitatori.

Il profilo dell'offerta

Lo studio ha voluto descrivere in detta-

glio le caratteristiche dell'offerta di accoglienza italiana per evidenziarne punti di forza e debolezze. Che sono poi quelli che connotano anche altri comparti del settore privato. Anche per il turismo, infatti, risulta dominante il ruolo della piccola impresa, spesso a gestione familiare, mentre resta relativamente ridotto il peso delle catene alberghiere, in particolare di quelle nazionali, come pure quello dei grandi operatori (ad esempio tour operator). Le conseguenze dirette sono innanzi tutto la forte identificazione tra proprietà e management nella gran parte delle strutture, come pure un livello di istruzione dei lavoratori e dei manager più basso della media europea. Con tutte queste caratteristiche e contraddizioni comunque l'Italia è prima in Europa per numero di strutture ricettive e seconda solo alla Francia per numero di posti letto offerti da strutture professionalmente organizzate. A questi vanno poi aggiunti gli alloggi offerti da privati in formula B&B, per i quali non esistono dati esaustivi, la cui presenza, anche destabilizzante, ha però portato a una ricomposizione dell'offerta organizzata in direzione di una maggiore qualità e professionalità. Negli ultimi anni sono diminuiti drasticamente gli hotel a una e due stelle, mentre sono aumentati considerevolmente gli alberghi di categoria a quattro o cinque stelle. Anche nel caso della fascia media dei tre stelle, perlopiù stabili in numero negli ultimi anni, sono state premiate dal mercato le imprese migliori.

Parola d'ordine: destagionalizzazione

L'assenza di adeguate strategie e politiche lungimiranti palesa il suo effetto, tra l'altro, in una ancora elevata stagionalità del turismo in Italia e in un livello di utilizzo delle strutture ancora decisamente basso rispetto al potenziale. Nelle valutazioni dei ricercatori si evidenzia la necessità di iniziative che possano favorire i flussi turistici anche nei periodi meno favorevoli, ad esempio promuovendo il turismo congressuale e quello fieristico, e verso località minori e meno congestio-

nate. La riduzione dei costi di trasporto e la tendenza a fare più viaggi di minor durata possono favorire strategie orientate alla destagionalizzazione e alla differenziazione dei flussi, complice un uso sapiente del web, che, nonostante le potenziali criticità che non vanno sottovalutate, rappresenta per le strutture non appartenenti a grandi catene l'opportunità di raggiungere un pubblico internazionale e di qualità. Per far sì che l'Italia riesca a trarre pieno beneficio dalla forte espansione dei flussi che si prospetta per i prossimi anni, saranno necessarie, comunque, politiche del turismo commisurate al peso economico che questo settore riveste per il nostro Paese. La mancanza di un ruolo di regia centrale risulta deleteria per un mercato turisticamente così importante. I ritardi più evidenti, come suggerito dai ricercatori di Bankitalia, si evidenziano nel divario nei confronti dei nostri diretti concorrenti quanto a pianificazione strategica, capacità di promozione dell'immagine-Paese e defini-

L'autonomia fa bene

Il processo di riforma avviato con il DL 83/2014 che ha interessato i musei e i siti archeologici, a vari livelli, ha previsto, oltre alla definizione di un sistema di accreditamento e alla riorganizzazione dei musei statali, anche un'autonomia speciale per alcuni musei statali di maggior rilievo. Banca d'Italia ha condotto un'indagine specifica su 40 musei, tra cui i primi venti musei che hanno ottenuto autonomia speciale, dieci musei con autonomia speciale conseguita in un secondo momento e dieci musei senza autonomia speciale, ma comparabili per caratteristiche. L'indagine ha potuto evidenziare come l'offerta di servizi dei musei autonomi si sia ampliata nel biennio 2016-2017 in misura superiore a quella dei restanti musei statali, soprattutto per quanto riguarda l'accessibilità degli spazi espositivi e il miglioramento dell'orientamento al visitatore. In questi due ambiti il numero di azioni attivate dalle direzioni dei musei autonomi ha superato in media di 20 punti percentuali quello del gruppo di controllo. Nel complesso, i risultati dell'indagine suggeriscono che, nel periodo successivo all'introduzione della riforma dei musei statali in Italia, l'offerta di servizi dei musei autonomi si è ampliata in misura superiore a quella dei restanti musei statali.

zione di priorità per lo sviluppo del settore. Di base restano il problema della bassa spesa pubblica destinata al turismo, dell'ancor limitata gestione delle informazioni e di un sistema statistico e i problemi infrastrutturali per le aree in maggior ritardo.

Le case variopinte di Camogli viste dal mare

