



# Turismo 4.0

L'ultima indagine di Intesa Sanpaolo ha analizzato le prospettive del turismo in Italia, tra investimenti, formazione e diversificazione dell'offerta **di Aura Marcelli**

**L**a competizione internazionale sempre più forte è una sfida continua e difficile, ma l'Italia resiste e si conferma tra le prime cinque top destination globali. Ad affermarlo è Intesa Sanpaolo che, con la sua ultima indagine, condotta dalla Direzione Studi e Ricerche e presentata lo scorso ottobre durante l'incontro "Prospettive del turismo 4.0" all'hotel Acquaviva del Garda (Desenzano), ha tirato le somme - positive - dell'ultimo decennio di accoglienza nel Belpaese. E i numeri non sono da poco, tenendo conto delle difficoltà che pure non sono mancate nello stesso periodo: +44,8% di arrivi di turisti non residenti, per un totale di 60,5 milioni nel 2017; quasi 211 milioni di presenze (sempre quelle dei non residenti) nello scorso an-

no che segnano un +30% rispetto al 2008, con un grado di internazionalizzazione ormai vicino al 50%.

## **+2,3% gli arrivi e +3% le presenze di turisti non residenti**

A presentare l'indagine è stata Ilaria Sangalli economista della Direzione Studi e Ricerche dell'istituto bancario. Quel che ne è emerso è uno scenario articolato e motivante, che vede il nostro turismo capace di generare una percentuale complessiva del PIL nazionale (effetti diretti e indiretti) pari all'11,8% ed un impatto sull'occupazione che arriva al 12,8%. Vera e propria locomotiva della ripresa economica nazionale del 2017, il settore si conferma quest'anno (+2,3% gli arrivi e +3% le presenze di turisti non residenti)

L'Italia si conferma al quinto posto tra le destinazioni più visitate al mondo, dopo Francia, USA, Spagna e Cina



e per il futuro come uno dei principali driver per lo sviluppo del nostro Paese. Certo il confronto serrato, in particolare con i mercati emergenti, non solo interessa i bacini di turisti, ma anche essi stessi destinazioni sempre più attraenti (dal 37% di arrivi del 2000 al 45,2% del 2017, destinati a raggiungere il 60% nel 2030), rende la competizione globale decisamente sfidante. Ma l'Italia resiste e si conferma al quinto posto tra le destinazioni più visitate al mondo, dopo Francia, USA, Spagna e Cina. Le regioni del Nord e del Centro continuano a trainare la crescita. È in particolare il Veneto a farla da padrone, avendo convogliato durante il 2017 nel suo territorio il 22,4% delle presenze dei turisti non residenti, seguito da Trentino Alto Adige (al 14%), Toscana (11,8%), Lombardia (11,4%) e Lazio (10%). L'attrattiva maggiore è costituita dalle città d'arte, che muovono gli interessi del 31,3% dei turisti non residenti, seguite dal mare (27%) e dai laghi (12,7%).

### I principali ambiti di investimento

Per offrire agli operatori del settore e agli addetti ai lavori nuovi strumenti di competitività, l'indagine di Intesa Sanpaolo ha focalizzato l'attenzione su alcuni temi centrali. Primo tra tutti quello degli investimenti, che vede l'istituto protagonista accanto alle imprese e che assume un'importanza fondamentale nel rispondere alla sfida della competitività dell'offerta. Dall'indagine effettuata dalla banca su un campione di aziende alberghiere lombarde è emerso come una rilevante quota di imprese abbia effettuato in passato investimenti (38,1% elevati e 46,4% moderati), sia nelle strutture che nei servizi offerti, e abbia affermato di voler investire anche in futuro (52,4% moderatamente e 17,9% in misura elevata). L'impegno economico delle aziende del settore è stato diretto anche all'altrettanto importante aspetto della formazione: due terzi delle realtà intervistate ha dichiarato di volere investire in formazione del personale, anche per fare fronte al passaggio generazionale, che nei prossimi quattro anni interesserà quattro realtà su dieci. Tra gli altri importanti ambiti di investimento per i prossimi due anni si evidenziano, oltre alla riqualificazione



delle camere che coinvolge il 74,6%, anche il wellness, con il 27,1%, il marketing e la ristorazione, entrambi con il 25,4%. Il web resta naturalmente molto importante, ma se dal 2015 al 2017 è stato il 76,1% delle aziende a investire nel digitale, per il biennio 2018-2020 la quota scende al 18,6%.

Fondamentali per la crescita sono risultate dall'indagine la disponibilità di finanziamenti a medio e lungo termine e il supporto consulenziale specifico del settore turistico. L'interesse delle aziende in questo caso incontra la mission della banca, come sottolineato da Ilaria Sangalli: tra gli strumenti a disposizione delle imprese del settore turistico ci sono, infatti, linee di finanziamento dedicate, per il miglioramento delle strutture ricettive, un nuovo modello di collaborazione per migliorare le condizioni di accesso al credito (Programma Filiere), percorsi di for-

Veneto, Trentino Alto Adige (nella foto), Toscana, Lombardia e Lazio sono le regioni che attraggono il maggior numero di turisti.  
©Barbara Ainis





Le destinazioni lacuali lombarde sono cresciute nel decennio 2008-2017 del 48% e del 5,3% nel 2017 sul 2016.  
©Barbara Ainis

mazione dedicati. Per fare tutto questo adattandosi alle specificità del settore, le iniziative dell'istituto bancario si basano su un modello di rating qualitativo (che tiene presenti anche gli asset intangibili dell'azienda turistica) e su un supporto di consulenza specialistica su progetti complessi, attraverso il Desk Turismo di Mediocredito Italiano e la struttura dedicata a Pmi e midcap, nata di recente dalla sinergia fra Banca Imi e Mediocredito. Infine, l'accordo triennale di collaborazione con il MIBACT mette a disposizione un plafond di 5 miliardi destinato alla predisposizione di un vero e proprio "Patto per il Turismo 4.0".

### Focus Lombardia e Lago di Garda

Coerentemente con la location scelta per l'incontro di Intesa Sanpaolo, sono stati presentati in particolare i dati che coinvolgono la regione Lombardia e il Garda. 16,6 milioni di arrivi nel 2017 e 39,4 milioni di presenze hanno fatto segnare nel 2017 una crescita dei turisti non residenti pari al 24%, per un grado di internazionalizzazione medio del 61%. E se la Germania resta in cima alla lista delle provenienze (con il 22,5%), seguita da Regno Unito (6,9%), Paesi Bassi (6,1%), Francia (5,2%), USA (4,9%), Svizzera-Liechtenstein (4,4%), sempre più importante è la presenza di turisti provenienti da mercati non ancora "maturi". Parliamo di Cina, innanzi tutto, al 3,7%, ma anche di Russia (2,8%), Polonia (2,3%), Medio Oriente (1,9%), Repubblica Ceca (1,6%), Romania (1,5%), Israele (1,4%). In totale i mercati emergenti nel 2017 hanno rappresentato il 29,8% delle provenienze, contro il 24,4% del 2008, con la Cina che



è passata da 199mila a 894mila presenze e la Russia che pure è cresciuta da 413mila a 678mila presenze.

«Il valore e le potenzialità del turismo come comparto chiave per la crescita del nostro Paese sono ormai un dato acquisito», ha dichiarato **Gianluigi Venturini**, direttore regionale Lombardia di Intesa Sanpaolo. «La nostra direzione regionale, escluse le province di Milano e Monza e Brianza, supporta circa mille imprese lombarde del settore: gli operatori, a tutti i livelli, devono oggi più che mai strutturarsi per competere a livello internazionale, facendo leva sulle caratteristiche che rendono l'Italia un unicum al mondo per patrimonio paesaggistico, storico e culturale». E in effetti, in Lombardia, a farla da padrone, soprattutto tra i turisti non residenti, sono le città d'arte, cresciute nel 2017 del 79% quanto a presenze rispetto al 2008 e del 10,4% rispetto al 2016, e le destinazioni lacuali, cresciute nel decennio del 48% e del



Gianluigi Venturini,  
direttore regionale  
Lombardia di Intesa  
Sanpaolo

5,3% rispetto all'anno precedente. Proprio parlando di laghi, il Garda resta uno dei principali attrattori della regione: a fine 2016 si contavano 23 milioni di presenze di turisti in tutto il comprensorio del Garda, di cui il 30% nel solo Garda lombardo (circa 7 milioni). Le proiezioni per il 2017 evidenziano un importante trend in salita, soprattutto per la sponda lombarda: le presenze nel totale del comprensorio crescono del 5,1%, mentre quelle del Garda lombardo salgono di 8,4 punti percentuali, anche grazie all'offerta alberghiera di fascia medio alta, che ingloba complessivamente 24 mila posti letto, pari al 36% dell'offerta alberghiera di tutto il lago.

©Barbara Ainis

