



Nel turismo è la Spagna il paese più competitivo

Mentre i cugini iberici conquistano la vetta del Travel & Tourism Competitiveness Index, l'Italia si accontenta di un'ottava posizione, dopo Francia, Germania e Regno Unito

✦ di Aura Marcelli, foto di Barbara Ainis

Per gli analisti del World Economic Forum non c'è dubbio: è la Spagna il Paese più competitivo al mondo per il turismo. E mentre i cugini iberici salgono per la prima volta sul podio più alto del Travel & Tourism Competitiveness Index, l'Italia arranca all'ottavo posto, dopo la Francia, medaglia d'argento, e la Germania, medaglia di Bronzo, oltre che gli USA, il Regno Unito, la Svizzera (prima lo scorso anno) e l'Australia. Si potrebbe vedere il bicchiere mezzo pieno, dal momento in cui nella scorsa rilevazione del 2013 eravamo addirittura al 26° posto, ma resta il fatto che l'Italia, nonostante il suo patrimonio artistico e naturale senza pari, sconta il

peso della scarsa priorità data al turismo, dei prezzi alti e della eccessiva pressione fiscale.

Italia, prima in assoluto per numero di siti culturali e Unesco

Sesta tra le nazioni europee, l'Italia è percepita positivamente sul fronte delle infrastrutture, delle risorse culturali e dei viaggi di lavoro. Prima in assoluto per numero di siti culturali patrimonio dell'umanità, è anche ai primi posti per l'accesso alla sanità, per la copertura di telefonia mobile e per il turismo natura. Ottima performance anche per le facilities ai servizi turistici, mentre il nostro Paese è ad-



dirittura penultimo, su 141 analizzati, per le ricadute della tassazione sugli incentivi a lavorare o a investire, come pure per quanto riguarda l'efficienza del contesto legale per risolvere le dispute. Di poco migliore è il nostro posizionamento in relazione ai prezzi (133° posto) e in relazione alle condizioni per favorire le imprese (127° posto).

Spagna: ottima performance per il turismo d'affari

L'ascesa della Spagna è, invece, il risultato proprio di un profondo processo di ripresa del Paese, sia in termini di comunicazione delle proprie risorse culturali (per le quali ha conquistato il primo posto), sia per l'impegno proattivo per rendere l'offerta turistica sempre più moderna e fruibile. Il Paese, ad oggi il terzo più visitato al mondo, si posiziona al quarto posto per la diffusione di sistemi online per le ricerche di entertainment, al sesto

per la priorità attribuita all'industria turistica e al quarto posto per le infrastrutture. Ottima la performance anche per il turismo d'affari, con un numero significativo di conferenze internazionali. Spazi di miglioramento, invece, sono percepiti soprattutto per quanto riguarda l'ambiente di lavoro, il contesto legale, il mercato del lavoro e la produttività.

I mercati emergenti

Nelle prime 30 posizioni si trovano mercati emergenti come la Cina (17°) e il Brasile (28°), ma anche colossi del Sud Est asiatico come Singapore (11°) e medio-orientali come gli Emirati Arabi (24°). A una certa distanza si posizionano Russia (45°), Sudafrica (50°) e India (52°). «La varietà che riflette nelle prime trenta posizioni», ha dichiarato **Roberto Crotti**, economista del World Economic Forum, «dimostra che un Paese non deve essere necessariamente ricco per avere un settore turistico florido. Ma molti Paesi dovrebbero fare di più per affrontare le sfide del settore viaggi e turismo, sul fronte

La Spagna è il terzo Paese più visitato al mondo e il primo più competitivo, secondo il World Economic Forum, anche grazie alla valorizzazione delle risorse culturali

Il Travel & Tourism Competitiveness Index, una pubblicazione biennale del World Economic Forum, si basa sull'elaborazione di dati forniti da organizzazioni internazionali partner (Bloom consulting, Deloitte, International Air Transport Association (IATA), International Union for Conservation of Nature, UNWTO e World Travel & Tourism Council) e da grandi imprese del settore, oltre che sul World Economic Forum's annual Executive Opinion Survey, per quanto riguarda i dati qualitativi e quelli non comparabili statisticamente tra tutti i Paesi. Quest'anno i Paesi coinvolti sono stati 141, corrispondenti al 98% del PIL mondiale.

La ricerca si basa su 14 pilastri:

1. Ambiente e condizioni di lavoro
2. Sicurezza
3. Salute e igiene
4. Risorse umane e mercato del lavoro
5. Innovazione ICT
6. Priorità dell'industria dei viaggi e del turismo
7. Apertura internazionale
8. Competitività nei prezzi
9. Sostenibilità ambientale
10. Infrastrutture per il trasporto aereo
11. Infrastrutture per il trasporto terrestre e marittimo
12. Infrastrutture per i servizi turistici
13. Risorse naturali
14. Risorse culturali e Business Travel

Sopra, le icone turistiche italiane come Venezia mantengono il nostro Paese tra i più apprezzati, nonostante le gravi mancanze del sistema: In basso, la Svizzera, prima nella classifica del WEF dello scorso anno, nel 2015 è sesta

dei visti, di una migliore promozione del patrimonio culturale, della tutela dell'ambiente e delle tecnologie per l'informazione e la comunicazione. Tutto questo a sua volta sosterrrebbe la crescita economica e la creazione di posti di lavoro».

Sette punti che cambieranno il mondo dei viaggi

Sono già in atto dei processi di trasformazione che influiranno fortemente sul futuro del settore. Bene o male, a seconda di come verranno condotti.



1. Barriere amministrative: l'enorme potenziale di crescita dei viaggi e del turismo è frenato da visti, dalle pratiche obsolete e dai controlli alle frontiere. Al contrario di altri settori, nei quali il libero scambio viene valorizzato maggiormente, il turismo, pur sempre una forma di esportazione, subisce ancora forti restrizioni alla circolazione dei viaggiatori. Grandi progressi sono già stati fatti, passando dal 77% di viaggiatori globali costretti a chiedere un visto nel 2008, al 62% nel 2014 (UNWTO 2014). Ma molto di più si potrebbe fare. Si stima che la rimozione di visti di viaggio a livello bilaterale potrebbe triplicare i flussi tra i Paesi e generare una cifra stimata di 89 miliardi dollari in ulteriori entrate del turismo internazionale, oltre che 2,6 milioni di nuovi posti di lavoro nei paesi APEC entro il 2016 (UNWTO, 2013).

2. Percezione di instabilità: la possibilità di sperimentare un'esperienza di viaggio sicura condiziona inevitabilmente i flussi turistici. Le attuali tensioni geopolitiche, la crescente minaccia del terrorismo e il rischio di pandemie determinano, per le nazioni interessate, una diminuzione del numero di turisti e dell'importo dei ricavi, che può essere temporanea, ma comunque significativa. D'altro canto la chiusura delle frontiere non è una soluzione praticabile e non risolverà i problemi della sicurezza, portando, invece, a ulteriori notevoli perdite economiche. La sfida principale è quella di generare



i necessari livelli di collaborazione tra le istituzioni internazionali, i governi e il settore privato e di implementare i progressi tecnologici e i processi innovativi in grado di aumentare l'efficienza e la sicurezza del viaggio.

3. Attrarre i migliori talenti: Il settore dei viaggi e del turismo è già il secondo più grande datore di lavoro nel mondo e possiede un enorme potenziale di creazione di occupazione. Entro il 2023 si prevede che saranno occupate nel settore 338 milioni di persone nel mondo a cui si aggiungono 58 milioni dell'aeronautica e dell'aerospaziale. Eppure l'industria ha difficoltà ad attirare i migliori talenti, sia per posizioni tecniche, sia manageriali. Una lacuna, questa, che il WTTC ha quantificato in una potenziale perdita di PIL pari a 630 miliardi di dollari, in particolare per paesi come Cina, Italia, Giappone, Russia e Stati Uniti che ne soffrono di più. Il settore pubblico e quello privato devono collaborare strettamente per aggiornare i programmi universitari e la formazione, con l'obiettivo di riuscire a tenere il passo con le esigenze del mercato e le innovazioni tecnologiche.

4. Nuova domanda turistica: l'industria turistica dovrà comprendere a fondo e soddisfare le esigenze dei nuovi viaggiatori (come Millennials e le nuove classi medie provenienti dai paesi



emergenti) e dei segmenti in crescita (come ad esempio i viaggiatori di alto livello).

5. Carbon footprint: si prevede un aumento dei passeggeri del traffico aereo entro il 2017 pari al 31%. Questo comporterà un aumento del 20% nella domanda di energia, nonostante l'industria stia lavorando per ridurre la dipendenza dal petrolio. Ma non si parla solo di carburanti: l'aumento del turismo può anche avere un impatto sulle destinazioni locali attraverso un aumento dei rifiuti, del consumo di acqua e a causa del rischio di deterioramento dei siti del patrimonio culturale e mondiale. L'industria turistica, le organizzazioni internazionali e le istituzioni hanno preso misure concrete per ridurre l'impatto ambientale e prevedono di continuare a farlo, anche attuando migliori strumenti di misurazione.

L'Italia è il primo Paese al mondo per siti Patrimonio dell'Umanità UNESCO, ma è penultima su 141 per le ricadute della tassazione sugli incentivi a lavorare o a investire





Al 17° posto la Cina è prima tra i mercati emergenti

6. Ritardi nelle infrastrutture: mentre il turismo è in forte crescita, gli investimenti nelle infrastrutture – aeroporti, strade, ferrovie, tecnologie per la comunicazione – procedono a rilento, producendo difficoltà non indifferenti e gravi perdite per alcune destinazioni. Pubblico e privato dovranno sempre di più dialogare per garantire una strategia integrata di infrastrutture e l'allineamento su questioni come gli investimenti, la regolamentazione, la sosteni-

nibilità, la sicurezza e la lotta alla corruzione.

7. Nuove tecnologie: l'innovazione tecnologica e la crescente fiducia nelle transazioni on line stanno ridisegnando il mercato dei viaggi e richiedono alle imprese di ripensare il modo di fornire servizi. Le nuove abitudini richiedono anche da parte del settore pubblico la necessità di ridefinire i quadri normativi in risposta all'aumento della share economy. ■

Uno degli elementi più importanti per garantire competitività è la priorità attribuita all'industria turistica da parte delle istituzioni, che si traduce in azioni concrete per la valorizzazione delle risorse

