

Il turismo in relazione all'economia italiana

In questo documento abbiamo deciso di riportare all'attenzione dati che affermano la rilevanza che possiede il settore turistico nell'economia del nostro paese. Vengono inoltre riportati dati indicanti il volume complessivo di turisti che fanno del nostro paese la propria destinazione di viaggio, per almeno una giornata. Questa descrizione viene poi ampiamente descritta suddividendo i turisti a seconda delle caratteristiche del viaggio da essi eseguito e dalle motivazioni che li hanno spinti a scegliere di visitare il nostro paese, ad esempio si riportano i valori del turismo rurale, balneare e culturale.

IL PESO DEL TURISMO NELL'ECONOMIA

Il peso del turismo in Italia: il Conto Satellite del Turismo

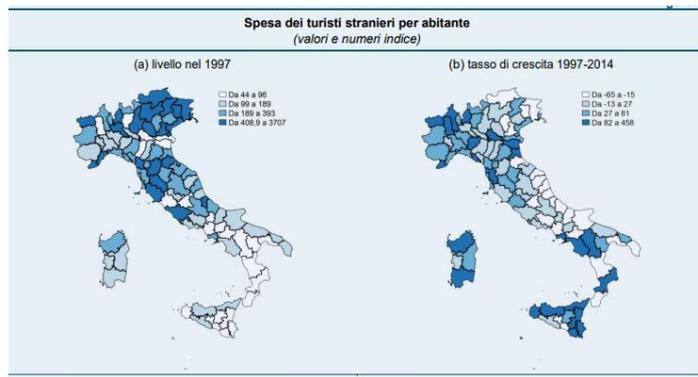
Nel 2015, in Italia le attività connesse al turismo producevano un valore aggiunto di 88 miliardi di euro, pari al 5,9% del totale. Quasi un terzo di tale importo è riconducibile all'utilizzo della casa di proprietà per motivi turistici, il cui valore viene imputato in sede di compilazione della contabilità satellite. I settori che presentano una più elevata incidenza del turismo sono i servizi di alloggio, il trasporto aereo e le agenzie di viaggio. Se la rilevanza del turismo emerge chiaramente dai dati della contabilità satellite, più difficile è valutarne le ricadute in termini di sviluppo dei territori sui quali esso insiste.

Valore aggiunto del turismo per branca di attività economica nel 2015				
(milioni di euro e valori percentuali)				
BRANCA DI ATTIVITÀ ECONOMICA	VA complessivo	VA attribuibile al turismo	Incidenza sul VA turistico totale	Incidenza del turismo sul VA totale della branca
	(a)	(b)	(c)	(d)=(b)/(a)
Industrie turistiche	190.193	62.729	71,4	33,0
Servizi alloggio visitatori (escluse seconde case)	14.829	14.662	16,7	98,9
Servizi alloggio associati alle seconde case	27.138	27.133	30,9	100,0
Ristorazione	33.727	7.061	8,0	20,9
Trasporto ferroviario passeggeri	3.937	2.222	2,5	56,4
Trasporto su strada passeggeri	3.538	1.105	1,3	31,2
Trasporto marittimo passeggeri	3.264	1.121	1,3	34,4
Trasporto aereo passeggeri	817	804	0,9	98,4
Noleggio attrezzature per trasporto	3.761	210	0,2	5,6
Agenzie di viaggio, operatori turistici e altro	1.852	1.764	2,0	95,3
Servizi culturali	6.806	691	0,8	10,2
Sport e ricreazione	6.636	633	0,7	9,5
Commercio al dettaglio	83.887	5.321	6,1	6,3
Altre industrie	1.294.893	25.094	28,6	1,9
Totale	1.485.086	87.823	100,0	5,9

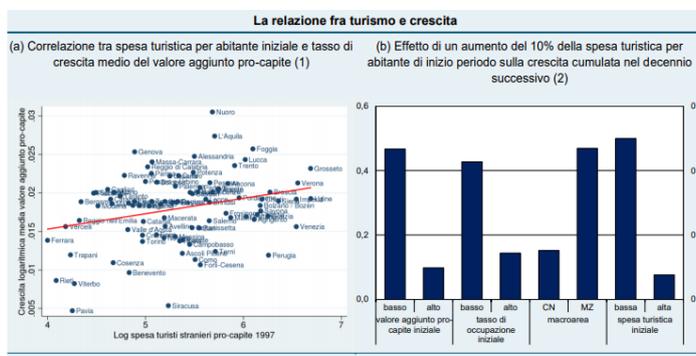
Fonte: Istat, Conto Satellite del Turismo per l'Italia.

L'Italia è un paese a forte attrattività turistica e la spesa dei viaggiatori stranieri effettuata sul territorio nazionale rappresenta una voce rilevante per la bilancia dei pagamenti.

Il livello territoriale granulare delle 95 province italiane presenta inoltre il vantaggio, di misurare con più precisione l'effetto dei consumi dei turisti sulla crescita locale. La specializzazione turistica è concentrata in alcune province. Valori superiori alla mediana si riscontrano, nel Nord Est, nella gran parte delle province di Trentino-Alto Adige, Friuli-Venezia Giulia, Veneto e riviera Romagnola e, nel Nord Ovest, in quelle di Liguria e Valle d'Aosta. I valori elevati si riscontrano al Centro in molte province toscane, in alcune province costiere marchigiane, Roma Latina, e Perugia. Al Sud la maggior parte delle province presenta valori di spesa turistica inferiori alla mediana, con alcune eccezioni, soprattutto in Sardegna e in alcune delle province abruzzesi. Osservando la dinamica della spesa dei turisti stranieri nel periodo emerge una moderata convergenza, con il recupero di alcune province che nel 1997 mostravano un livello di spesa in rapporto ai residenti inferiore alla mediana, soprattutto nel Mezzogiorno e una dinamica più lenta per le aree dove la spesa era più elevata. Nel modello econometrico sono state stimate regressioni che includono un ampio set di caratteristiche iniziali delle province, incluso il livello del valore aggiunto per abitante a inizio periodo.

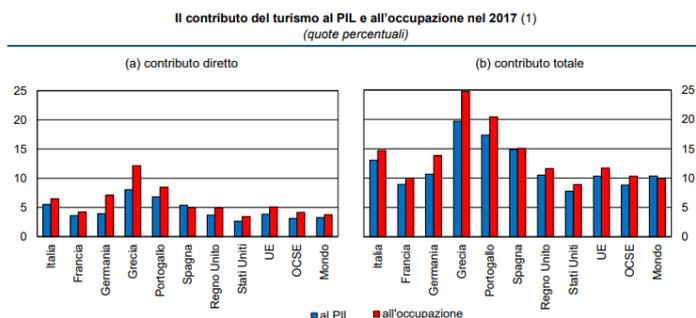


L'effetto stimato del turismo sulla crescita appare nel complesso significativo in termini statistici, ma modesto in termini economici. Un livello della spesa turistica pro capite iniziale più alto del 10% genera una maggior crescita cumulata nel decennio successivo di circa 0,2%. L'effetto positivo si riflette anche in una crescita del tasso di occupazione, ma non della popolazione. L'effetto è maggiore per le province che partono da bassi livelli di valore aggiunto pro capite e ridotti tassi di occupazione.

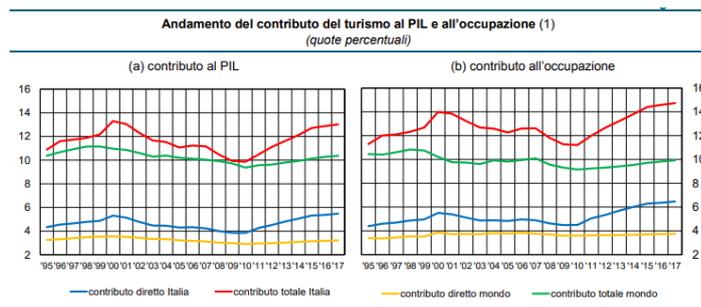


L'Italia nel confronto internazionale

Il World Trade and Tourism Council stima la dimensione del comparto turistico per una varietà di paesi, favorendo così un confronto internazionale armonizzato. In base ai dati, in Italia nel 2017 il 5,5% del PIL e il 6,5 dell'occupazione erano riconducibili al turismo.



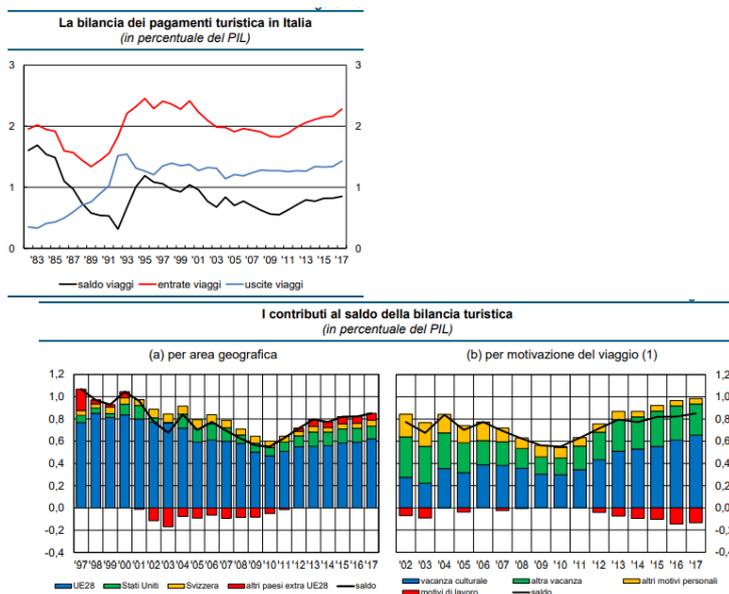
WTTC stima l'impatto complessivo del turismo, che ingloba anche gli effetti "indiretti" cioè che originano dalle forniture di beni e servizi attivate dalle imprese dei comparti turistici e quelli "indotti" che invece sono generati dai consumi dei lavoratori del turismo. Secondo queste stime, l'impatto complessivo del turismo sul PIL per il nostro Paese nel 2017 è pari al 13%, un valore superiore alla media dei paesi UE e dell'economia mondiale nel suo complesso. Anche l'impatto complessivo sull'occupazione è molto rilevante nel nostro Paese: al settore erano riconducibili quasi 3,4 milioni di posti di lavoro, pari al 15% del totale.



La bilancia turistica italiana

Il paese emerge ancor più chiaramente quando si considera il saldo generato dalle spese per viaggi internazionali degli stranieri in Italia e degli italiani all'estero. La contrazione della bilancia turistica nel corso degli anni Duemila è in buona parte ascrivibile ai viaggi da e verso l'Unione Europea, che hanno continuato a rappresentare una frazione preponderante dell'attivo totale. Il recupero in atto a partire dal 2010 ha beneficiato sia di una progressiva ripresa del saldo nei confronti dei paesi UE, sia del ritorno in attivo della posta relativa ai paesi extraeuropei.

Il recupero della bilancia turistica è stato sostenuto in massima parte dal comparto delle vacanze culturali, il cui saldo è più che raddoppiato nel periodo 2010-17, superando i tre quarti dell'attivo totale. Tali andamenti sono frutto di una robusta crescita della spesa degli stranieri in Italia per vacanze culturali, a fronte di un aumento molto più modesto della spesa degli italiani all'estero per la stessa motivazione. Una dinamica simile ha contraddistinto gli altri tipi di vacanze.



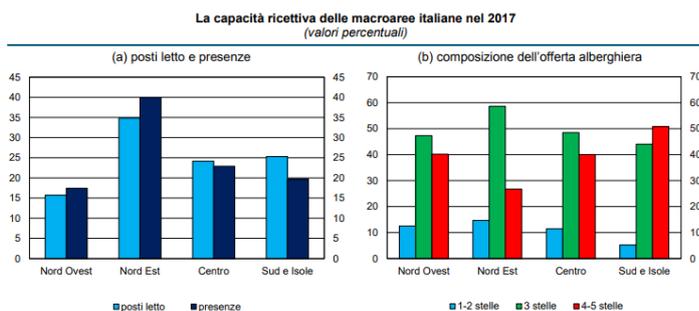
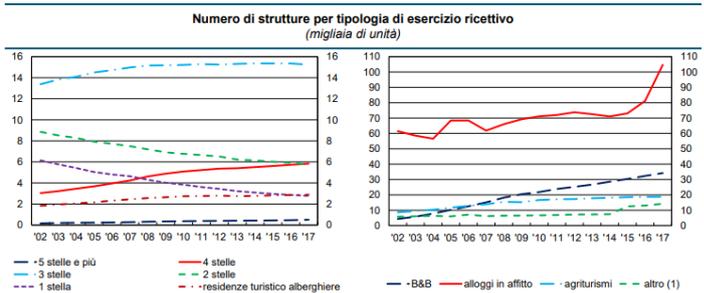
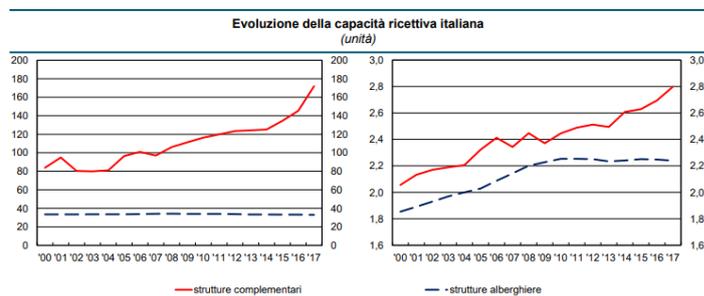
STRUTTURA ED EVOLUZIONE DELL'OFFERTA RICETTIVA ITALIANA

La capacità ricettiva in Italia e in Europa

Nel 2017 erano presenti in Italia quasi 33 mila strutture alberghiere e più di 170 mila strutture complementari con un'offerta complessiva di circa 5 milioni di posti letto. I dati sul livello di utilizzo dei posti letto possono fornire delle indicazioni sulla coerenza fra capacità ricettiva e domanda di servizi turistici. In Italia l'indice annuo di utilizzazione lorda delle strutture alberghiere era del 33,7% nel 2017.

L'indice ha mostrato un andamento calante dall'inizio degli anni Duemila, raggiungendo un punto di minimo nel 2009; esso ha successivamente recuperato, ma nel 2017 risultava ancora inferiore di quasi 1% rispetto all'inizio del millennio. I flussi turistici non si distribuiscono in maniera uniforme nel corso dell'anno. La loro variabilità riflette anche la capacità del territorio di attirare tipologie diverse di viaggiatori, differenziando l'offerta di prodotti turistici o specializzandosi sui viaggi per motivi di lavoro.

In Italia il grado di utilizzo mensile più elevato, nel 2017, si registrava nel Nord Est ad agosto, mentre il valore più basso si ritrovava nel Mezzogiorno a gennaio. Un indicatore della stagionalità dei flussi dei pernottamenti è l'indice di concentrazione di Gini, calcolato sulla distribuzione delle presenze turistiche nei singoli mesi dell'anno. L'analisi basata sull'indice di Gini conferma che la concentrazione temporale dei flussi turistici è particolarmente elevata nel Mezzogiorno, mentre è minima nel Nord Ovest. Sull'area meridionale pesa invece l'elevata specializzazione nel turismo balneare.



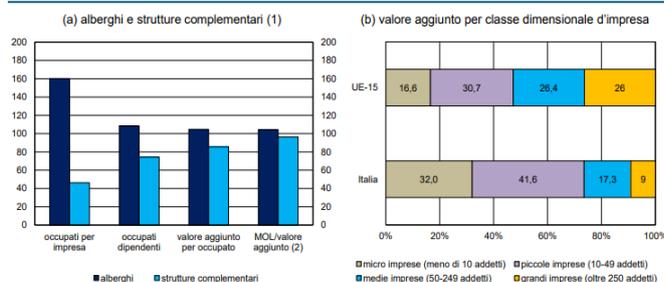
Imprese e occupazione nel settore ricettivo

Secondo i dati delle Structural Business Statistics di Eurostat, nel 2016 in Italia erano presenti poco meno di 50 mila imprese del settore dei servizi di alloggio che generavano un valore aggiunto di oltre 10 miliardi di euro. La dimensione media delle aziende italiane, che tra il 2000 e il 2008 era cresciuta sensibilmente, si è successivamente ridotta e nel 2016 si collocava su un livello leggermente inferiore a quello di inizio millennio. Questa riduzione è in parte connessa con la crescita del numero di esercizi extra alberghieri. Secondo i dati della European Labour Force Survey dell'Eurostat, nel 2017 in Italia gli occupati nel settore dei servizi di alloggio erano 287 mila, 1,2% del totale.

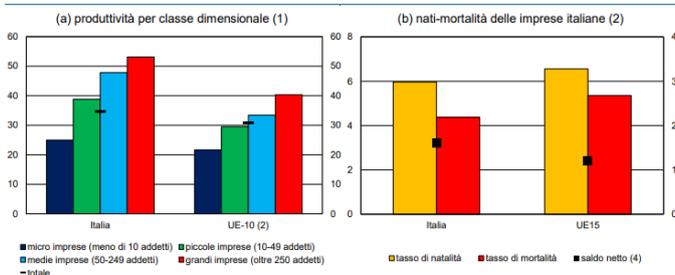
Valore aggiunto e occupati del settore dei servizi di alloggio nel 2016 (milioni di euro, valori percentuali e unità)				
PAESI	valore aggiunto		occupati	
	importi	in % del totale economia (1)	unità	in % del totale economia (1)
Austria	4.788	2,6	115.346	4,2
Francia	9.425	1,0	210.995	1,4
Germania	15.559	0,9	576.253	2,0
Grecia	2.633	5,8	134.699	5,7
Italia	10.839	1,5	267.407	1,8
Paesi Bassi	2.965	0,9	83.138	1,5
Polonia	1.234	0,6	73.909	0,8
Portogallo	1.900	2,5	80.260	2,6
Regno Unito	16.105	1,2	454.818	2,3
Spagna	11.598	2,4	284.690	2,4
Svezia	2.202	1,0	53.321	1,7
Unione Europea (2)	82.777	1,2	2.381.971	2,1

Principali indicatori delle imprese dei servizi d'alloggio nel 2016 (unità, euro e valori percentuali)						
AREE E PAESI	numero di imprese	fatturato (1)	occupati per impresa	occupati dipendenti / totale occupati	valore aggiunto per occupato	MOL / valore aggiunto (2)
Austria	16.526	9.401	7,0	84,6	41.510	26,7
Francia	51.965	25.538	4,1	89,2	44.668	16,0
Germania	45.591	30.096	12,6	91,3	27.001	34,2
Grecia	29.925	5.180	4,5	81,5	19.550	32,3
Italia	49.699	23.592	5,4	77,1	40.532	27,9
Paesi Bassi	8.642	6.753	9,6	91,0	35.666	40,0
Polonia	15.691	2.960	4,7	74,9	16.702	38,6
Portogallo	21.861	3.896	3,7	78,6	23.671	33,7
Regno Unito	16.787	28.809	27,1	97,0	35.409	48,2
Spagna	25.838	22.349	11,0	94,0	40.739	35,5
Svezia	5.911	5.054	9,0	81,0	41.305	7,1
Unione Europea (3)	284.319	171.126	8,4	89,5	34.752	33,4

Indicatori del settore dei servizi di alloggio nel 2015
(valori percentuali)



Indicatori del settore dei servizi di alloggio
(migliaia di euro e valori percentuali)



I VIAGGI PER VACANZA IN ITALIA: CARATTERISTICHE DEI PRODOTTI E DEI VIAGGIATORI

-I prodotti turistici dell'Italia: definizione ed evoluzione delle presenze per tipologia di vacanza

L'indagine rileva sia la destinazione sia il motivo del viaggio, questo consente di elaborare una classificazione dei prodotti turistici che distingue tra vacanze al mare, in montagna, culturali, e rurali. Il dato sul comune di destinazione del viaggio viene invece utilizzato per aggregare alcuni risultati a livello di sistema locale del lavoro (SLL), assunto come l'area agevolmente visitabile in giornata senza cambiare luogo di pernottamento, e per arricchire l'informazione sui prodotti turistici con le destinazioni visitate.

Negli anni più recenti i viaggi dei turisti internazionali in vacanza in Italia hanno registrato un'articolazione crescente, con un aumento dei viaggi con destinazioni plurime e un ampliamento

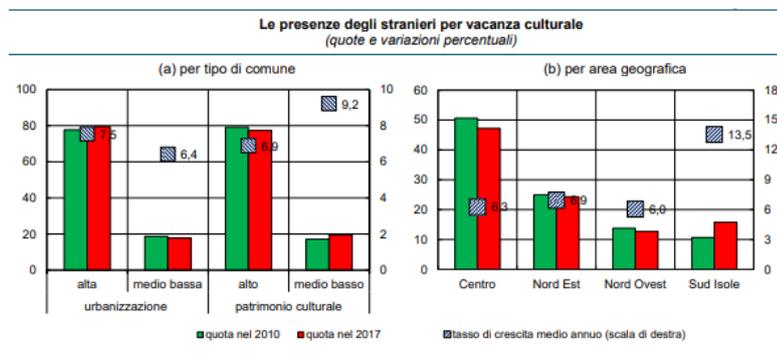
delle motivazioni del viaggio. Tra il 2010 e il 2017 la quota di viaggiatori che ha pernottato in più di una località è passata dal 30 al 35%; questo fenomeno ha riguardato prevalentemente le vacanze culturali, che hanno registrato un incremento dei viaggiatori dediti al Grand Tour (Roma, Firenze, Venezia e Napoli). La diversificazione del viaggio è cresciuta meno per le vacanze al mare, dove la quota di turisti che ha pernottato in più di una località è aumentata dal 22 al 28%, prediligendo destinazioni secondarie che si caratterizzavano prevalentemente per i contenuti culturali. Per le vacanze rurali e in montagna, connotate da una minore tendenza alla diversificazione delle mete di viaggio, la crescita delle località secondarie è stata comunque sostenuta e ha riguardato prevalentemente mete culturali e, nel caso della montagna, anche destinazioni di tipo rurale. Il prodotto turistico acquistato si è quindi arricchito di elementi nuovi e differenziati; con frequenza crescente sono state ricomprese nel viaggio esperienze che caratterizzano altri tipi di vacanza. La quota di turisti che ha dichiarato una motivazione secondaria del viaggio è passata dal 16 al 33%. Questa composizione mista dei contenuti del viaggio ha riguardato tutti i quattro prodotti considerati, ma è stata particolarmente significativa per le vacanze al mare e per quelle in montagna e ha arricchito i viaggi con contenuti tipici delle vacanze rurali e di quelle culturali.

Presenze per tipo motivazione principale e secondaria (valori percentuali)										
MOTIVAZIONE SECONDARIA	MOTIVAZIONE PRINCIPALE									
	vacanza rurale		vacanza culturale		vacanza al mare		vacanza in montagna		totale	
	2010	2017	2010	2017	2010	2017	2010	2017	2010	2017
rurale	-	-	6,1	13,3	5,5	11,4	8,0	40,2	5,5	14,4
culturale	8,7	23,7	-	-	15,0	23,6	4,3	17,6	6,1	10,4
mare	2,9	4,6	5,3	9,9	-	-	4,7	2,7	3,3	6,0
montagna	2,9	7,8	0,7	1,2	2,1	0,9	-	-	1,5	1,9
totale con motivazione secondaria	14,5	36,2	12,1	24,4	22,6	36,0	17,0	60,5	16,4	32,7
nessuna	85,5	63,8	87,9	75,6	77,4	64,0	83,0	39,5	83,6	67,3
totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Indagine sul turismo internazionale della Banca d'Italia.

Vacanze culturali

Dal 2010 al 2017 le vacanze culturali hanno contribuito per oltre i due terzi alla crescita delle presenze di turisti stranieri in Italia. I flussi turistici relativi a questo prodotto, si sono concentrati nelle aree più urbanizzate e in quelle con una dotazione di patrimonio culturale elevato. Tra il 2010 e il 2017 si è osservata una crescita delle presenze anche nei luoghi con una densità di popolazione inferiore e in quelli con una dotazione di patrimonio culturale meno elevata.

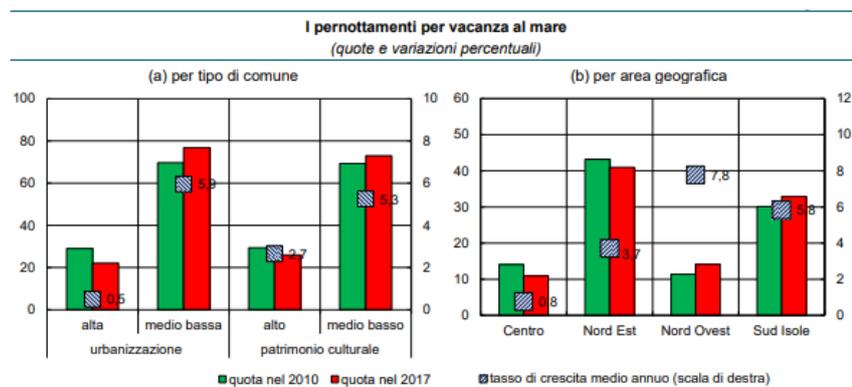


Fonte: Indagine sul turismo internazionale, Banca d'Italia e Istat.

Nello stesso periodo sono cresciute molto le presenze di turisti stranieri per vacanza culturale nel Mezzogiorno. I comuni che hanno visto aumentare maggiormente i relativi flussi di turisti stranieri sono stati Napoli, Palermo e Torino.

Vacanze al mare

Le vacanze al mare – Dal 2010 al 2017 il prodotto mare ha contribuito per un quarto della crescita della presenza di turisti stranieri in Italia. Più dei due terzi dei flussi turistici relativi a vacanze al mare riguardano destinazioni con un livello di urbanizzazione medio basso e con una più scarsa dotazione di patrimonio culturale.



Fonte: Indagine sul turismo internazionale, Banca d'Italia e Istat.

Il Mezzogiorno e il Nord Est ospitano ciascuno oltre un terzo dei flussi turistici stranieri per vacanza balneare. Tra il 2010 e il 2017 il Mezzogiorno ha fornito il contributo maggiore alla crescita delle presenze; nel Nord Est la quota è diminuita, mentre nel Nord Ovest si è registrato un aumento consistente del numero dei pernottamenti. Per il prodotto mare la concentrazione delle presenze turistiche si è mantenuta stabile: i primi dieci SLL nel 2017 ospitavano il 42% delle presenze.

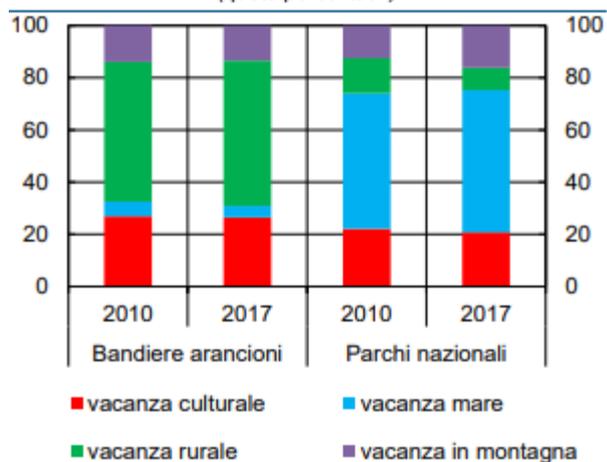
Vacanze rurali

Dal 2010 al 2017 il prodotto rurale ha contribuito per meno di un ventesimo della crescita della presenza di turisti stranieri in Italia. Il Nord raccoglie oltre 80% dei flussi turistici internazionali. Tra il 2010 e il 2017 il Nord Ovest ha fornito il maggiore contributo alla crescita; il Centro e il Nord Est hanno visto ridurre la propria attrattività e per il Mezzogiorno si è registrato un aumento rilevante del numero dei pernottamenti, sebbene la quota sia rimasta contenuta nel confronto con le altre aree geografiche. La maggior parte del flusso turistico internazionale che sceglie il prodotto rurale si concentra nei primi dieci sistemi locali del lavoro del Nord. Sulla diversificazione delle destinazioni per vacanze rurali potrebbe incidere lo sviluppo dei comuni riconosciuti come bandiere arancioni, che nel periodo hanno contribuito quasi un terzo alla crescita totale.

Vacanze in montagna

Il prodotto montagna è l'unico a non aver realizzato un aumento del numero dei pernottamenti fra il 2010 e il 2017. Il contributo positivo alla crescita è pervenuto solo da destinazioni caratterizzate da un livello di urbanizzazione e di dotazione culturale elevati. Il SLL di Trento ha registrato una crescita delle presenze per vacanza in montagna particolarmente sostenuta. Essendo strettamente legato alle caratteristiche del territorio, il prodotto montagna è quello che presenta la maggiore concentrazione dei flussi turistici in termini di aree geografiche, con il 90% dei pernottamenti che afferiscono al Nord. Prevalgono le destinazioni del Nord Est, in parte favorite dalla vicinanza fisica e culturale con i paesi di lingua tedesca. Per il prodotto montagna i primi dieci SLL accolgono il 44% dei flussi turistici.

Composizione delle presenze nelle destinazioni secondarie per prodotto
(quote percentuali)



Fonte: Indagine sul turismo internazionale - Banca d'Italia, Touring Club Italiano, Ministero dell'Ambiente e della tutela del territorio e del mare, Comuniverso.

Sitografia

https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/qef/2019-0505/QEF_505_19.pdf