

## L'ANALISI

di Marco Fortis

# Il vero giacimento è la domanda estera

## Il giacimento è la domanda estera

### OPPORTUNITÀ DA COGLIERE

Fioriscono le iniziative di promozione turistica locale, ma è quella nazionale che va riorganizzata, migliorando infrastrutture, riducendo il peso fiscale e offrendo incentivi

L'edizione 2012 del Tourism Highlights pubblicato dall'Organizzazione mondiale del turismo (Unwto) rileva per il 2011 un consolidamento della ripresa degli arrivi turistici internazionali già avviatasi nel 2010, dopo la battuta d'arresto del biennio 2008-2009 causata dalla grave crisi economica globale scaturita dalla "bolla" immobiliare e finanziaria americana. I risultati del turismo nel 2011 hanno sorpreso soprattutto in Europa.

In un continente sconvolto dalle incertezze seguite alla crisi dei debiti sovrani, il turismo si è mosso in controtendenza rispetto all'economia europea nel suo complesso facendo registrare il più alto incremento negli arrivi internazionali tra i vari continenti (+6,2% rispetto al 2010). Gli arrivi hanno così superato il mezzo miliardo di persone e gli introiti in termini reali sono cresciuti del 5% su base annua.

In tale contesto la performance italiana si inserisce positivamente. Il nostro Paese, infatti, conferma la sua quinta posizione nella classifica delle principali destinazioni mondiali per arrivi turistici, ma soprattutto sorprende la sua crescita, pari al 5,7%: un incremento che è tra le prime cinque destinazioni mondiali ed è secondo solo a quello del nostro maggiore concorrente europeo, la Spagna (+7,6%).

Le prime analisi internazionali sul turismo dell'Unwto nel 2012 (periodo gennaio-aprile) mettono ancora in evidenza buoni risultati per l'Europa. Poiché tali dati non sono disaggregati per Paesi, il

punto di riferimento diventano le prime statistiche pubblicate da Federalberghi, dalle quali emerge un calo delle presenze negli alberghi italiani nei primi otto mesi dell'anno: risultato soprattutto di una diminuzione del turismo domestico, mentre rimane in crescita quello estero. Proprio sull'importanza della componente estera della domanda pone l'accento il presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca, affermando che su di essa occorre puntare per ridare vigore ad un settore che contribuisce a quasi il 10% del Pil italiano, garantisce occupazione (926mila addetti nel 2010) e non delocalizza, richiamando inoltre l'impegno del Governo affinché venga sviluppato un progetto di riorganizzazione politica, legislativa e finanziaria del turismo.

I dati sui pernottamenti sono più interessanti e significativi di quelli degli arrivi internazionali, in quanto sono meno influenzati dall'effetto catalizzatore degli hub aeroportuali di cui l'Italia non dispone. Se, allora, guardiamo ai pernottamenti di turisti stranieri in tutti gli esercizi ricettivi, secondo l'Eurostat nel 2011 l'Italia è risultata seconda in Europa dopo la Spagna, con, rispettivamente, oltre 178 milioni di notti e quasi 240 milioni. La Francia conta solo 102 milioni di pernottamenti, ben lontana quindi dalla leadership che essa, invece, sembrerebbe detenere a livello mondiale se ci si riferisce agli arrivi internazionali.

La riprova che in Italia si arriva non di passaggio, ma per rimanerci parecchi giorni (in vacanza, per studio o per lavoro) viene anche dai numeri relativi agli introiti turistici. Se si considerano gli introiti pro capite dei tre Paesi leader europei, si può notare che anche in questo caso nel 2011 la Spagna si posiziona prima con 1.056 dollari di entrate medie per turista, l'Italia seconda con 933 dollari e la Francia ancora terza con soli 677 dollari.

Considerando il potenziale dell'Italia nel turismo (si veda il nostro articolo sul Sole-24 ore del 5 giugno «Un potenziale da sviluppare per il bene del

sistema») e la forza trainante che esso può esercitare sull'intera economia, è indubbiamente giunto il momento che la politica economica italiana si approcci a questo settore in modo più lungimirante.

Non cogliere l'opportunità della domanda mondiale in crescita, alla luce delle capacità ricettive e del patrimonio artistico culturale e naturalistico italiano, significherebbe rinunciare anche a una parte importante di Pil potenziale, che l'Italia ora ha necessaria esigenza di sfruttare vista la crisi della domanda interna. Manca, però, quell'attenzione vera verso il settore turistico che porti, come in Spagna o in Francia, alla sua valorizzazione da parte delle istituzioni.

Nel frattempo i territori si sono organizzati e hanno rafforzato la loro immagine all'estero con nuovi strumenti di attrazione, anche se però spesso in modo sordinato. Per esempio, già molti di essi hanno da tempo legato la loro immagine

internazionale a grandi eventi che addirittura in alcuni casi portano il nome della destinazione stessa che li organizza. Potremo citarne tanti, ma qui ricordiamo solo, tra i più famosi e storici, i casi del Carnevale di Venezia e quello di Cento, oppure il Palio di Siena e il Festival di Spoleto.

Ma oltre a questi grandi eventi maggiormente conosciuti si hanno altre manifestazioni minori, da quelle sportive alle fiere, che generano importanti ricadute a livello territoriale non soltanto economiche ma anche professionali per l'indotto che viene attivato nella fase organizzativa. Particolarmente sorprendente è l'effetto moltiplicatore di alcune importanti fiere e sfilate, come il Salone del Mobile e la settimana della moda a Milano o il Motor Show di Bologna, ma anche di eventi di un solo giorno, come nel caso del concerto dei Coldplay a Torino nel 2012 (unica data in Italia) che, secondo un'indagi-

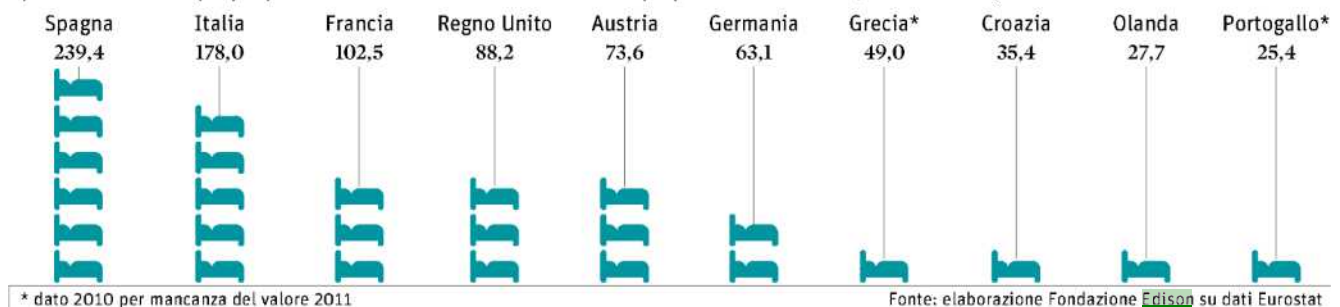
ne commissionata dalla Camera di commercio torinese, avrebbe avuto ricadute economiche tra gli 11 e i 13 milioni di euro compresi i benefici indiretti legati all'immagine della città.

È, però, necessaria una riorganizzazione della promozione nazionale per non disperdere energie stanziando le risorse necessarie per essa, pur senza scordarsi del lavoro fin qui fatto localmente dalle istituzioni e dalle piccole e medie imprese turistiche facilitandone l'attività con i dovuti interventi che da anni le associazioni di categoria richiedono, tra cui ricordiamo: miglioramento infrastrutturale al servizio del settore, alleggerimento della pressione fiscale (per esempio abolendo l'imposta di soggiorno), sviluppo di incentivi e/o premi per le imprese che investono e si aggregano e alleggerimento degli oneri burocratici.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## La classifica

I primi 10 Paesi europei per pernottamenti di turisti stranieri in tutti i propri esercizi ricettivi (milioni di notti)



\* dato 2010 per mancanza del valore 2011

Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati Eurostat

## Dall'Est

Pernottamenti di russi e cinesi nei principali Paesi europei

Paesi	Pernottamenti di russi, 2011 (notti)	Paesi	Pernottamenti di cinesi, 2011 (notti)
Spagna	6.381.181	Italia*	1.564.035
Italia*	4.208.604	Francia	1.427.218
Grecia*	3.656.772	Regno Unito	1.381.593
Rep. Ceca	2.864.815	Germania	1.306.515
Cipro	2.257.730	Spagna	557.460

Nota: \* dato 2010 per mancanza del valore 2011

Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati Eurostat