

Quella "grande bellezza" un tesoro da valorizzare

►L'Italia attrae i viaggiatori non europei
In crescita il flusso da Brasile e Oceania

►Siamo primi nel Vecchio Continente
per arrivi di americani, russi e cinesi

**SPAGNA IN CIMA
ALLA CLASSIFICA
PER SALDO
CON L'ESTERO
CON 35,4 MILIARDI
CONTRO I NOSTRI 12,5**

**FONDAMENTALE
PER VINCERE
LA SFIDA SUI MERCATI
NON DIPINGERCI
COME UNA NAZIONE
IN DECLINO**

Marco Fortis

Il settore turistico italiano non è affatto così disastroso come viene abitualmente dipinto, con quella tipica enfasi declinista e pessimistica che abbiamo già visto più volte applicata maldestramente alla manifattura. Anzi, è esattamente vero il contrario: l'Italia nel turismo è forte e può esserlo ancora di più.

Intanto cominciamo col dire che nel parlare delle statistiche sul turismo bisognerebbe opportunamente distinguere tra i turisti interni e quelli stranieri. Non sempre questa distinzione è chiara. Inoltre, non deve destare meraviglia che grandi Paesi come la Cina negli ultimi anni abbiano accresciuto esponenzialmente il numero dei turisti interni ed esterni, nonché le entrate turistiche dei viaggiatori, così come hanno fatto anche Hong Kong e Macao (pur sempre di Cina, in entrambi i casi, si tratta), superando l'Italia. Ciò non è per nulla una prova che il turismo italiano sia in declino. È semplicemente il risultato del fatto che la Cina in un ventennio è diventata la prima potenza manifatturiera mondiale e si è sviluppata economicamente. Milioni di cinesi in più viaggiano all'interno della Cina ogni anno rispetto a 20 anni fa e milioni di stranieri vanno oggi in Cina ogni anno per affari e soltanto in minore misura per vacanza. Se di turismo in senso stretto vogliamo discettare bisognerebbe almeno distinguere tra chi viaggia per motivi di lavoro e chi invece lo fa per ragioni più squisitamente di vacanza.

LE STATISTICHE

Occorrerebbe poi diffidare prudenzialmente dai tentativi di mi-

surazione a 360 gradi dell'impatto del turismo sul Pil compiuti da varie associazioni internazionali con l'aiuto di occasionali società di consulenza, quando nemmeno gli uffici di statistica delle nazioni più evolute sono a tutt'oggi riuscite a dire una parola definitiva in proposito. Proviamo allora a capire con le statistiche omogenee e scolpite nei database ufficiali dell'Eurostat se davvero l'Italia, che pure, come sostenuto da Stella sul *Corriere della Sera*, deve fare di più per crescere nel settore, ha un turismo così malmesso oppure no.

Innanzitutto valutiamo il livello degli occupati. Limitiamoci qui a considerare quelli che lavorano negli alberghi, nei ristoranti e nei bar, che tuttavia forniscono servizi sia per i residenti sia per i non residenti. Certamente il livello degli occupati nei pubblici esercizi non è una prova che un Paese sia più attrattivo di un altro dal punto di vista turistico, anche se molti la utilizzano.

In Gran Bretagna, ad esempio, dove milioni di persone si muovono ogni giorno per entrare ed uscire per ragioni di lavoro dalla "Inner London", tanti occupati nella ristorazione non sono attivi al servizio dei turisti stranieri ma soprattutto dei lavoratori "pendolari" inglesi. Secondo l'Eurostat, nel 2014 la Gran Bretagna aveva 1,6 milioni di occupati negli alberghi e pubblici esercizi, la Germania 1,5 milioni, la Spagna 1,4 milioni, l'Italia 1,3 milioni e la Francia 932mila. Possiamo da ciò dedurre che la Gran Bretagna e la Germania siano più forti della Spagna, dell'Italia o della Francia nel turismo? Certamente no. Più interessante, casomai, è la percentuale degli occupati negli alberghi, ristoranti e



bar sul totale degli occupati (che tiene conto anche delle differenti demografie dei vari Paesi e dei loro diversi tassi di occupazione). Scopriamo allora che la nazione europea che ha la quota più alta di occupati negli esercizi ricettivi sul totale degli occupati è la Grecia (con l'8,4%) seguita dalla Spagna (8,1%). Poi ci sono Cipro, Malta, l'Irlanda, il Portogallo e la Croazia. L'Italia, pur essendo un Paese basato non solo sul turismo ma soprattutto sulla manifattura, è tra i primi nella Ue ed è alla pari con l'Austria (5,7%), ben davanti a Gran Bretagna, Germania e Francia.

BILANCIA DEI PAGAMENTI

Ma dovrebbe essere soprattutto la bilancia dei pagamenti per i viaggi e il numero di arrivi di turisti non residenti il vero banco di prova per capire chi è leader nel turismo oppure no. Su entrambi gli aspetti l'Eurostat (non qualche società di consulenza qualunque) fornisce numeri comparati importanti sull'Italia.

Per quanto riguarda la bilancia dei pagamenti dei viaggi, nel 2014 la Spagna è risultata nettamente prima nella Ue per saldo con l'estero con 35,4 miliardi di euro, seguita dall'Italia con un surplus di 12,5 miliardi. La Francia si è fermata a 6,6 miliardi,

mentre la Gran Bretagna aveva un deficit di 12,5 miliardi e la Germania un rosso di ben 37,6 miliardi. Per quanto riguarda gli arrivi, se consideriamo non quelli dei non residenti alle frontiere (che possono registrare molti semplici passaggi di persone nei grandi hub aeroportuali internazionali o viaggi di congiunti che poi risiedono presso i parenti), ma analizziamo invece gli arrivi dei non residenti negli alberghi e negli altri esercizi di accoglienza, il quadro è chiarissimo. Nel 2014 la Spagna è stata prima nella Ue per arrivi di non residenti negli esercizi ricettivi con 52,3 milioni (grazie soprattutto agli affezionati clienti inglesi), subito tallonata dall'Italia con 51,6 milioni. Segue la Francia con 46,1 milioni, la Germania è a 32,8 milioni, mentre la Gran Bretagna nel 2012 (ultimo dato disponibile) ne aveva 21,8 milioni.

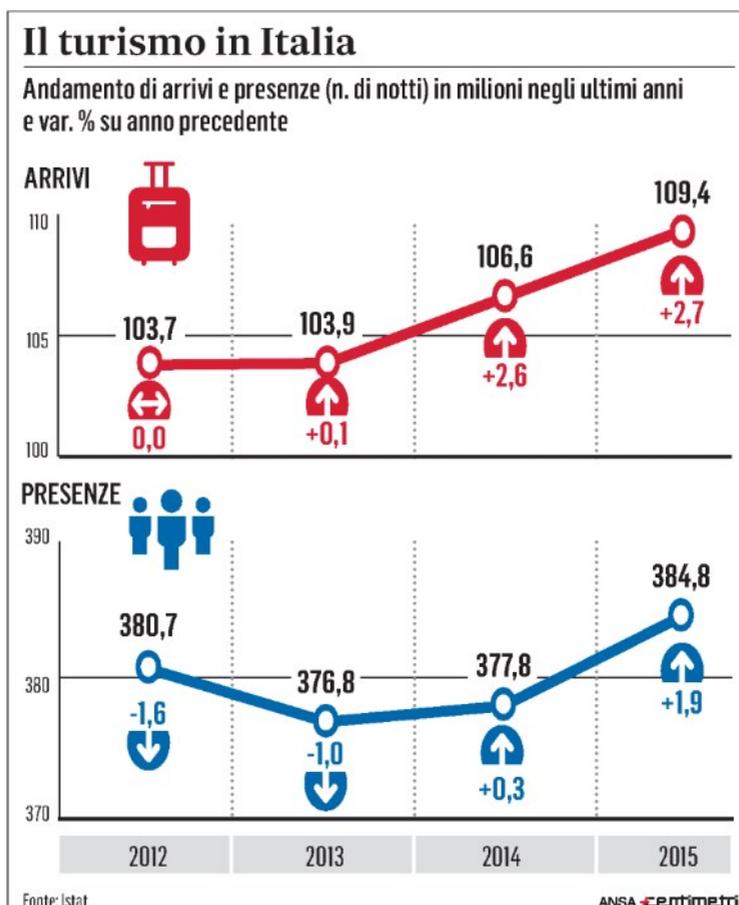
LA VERA FORZA

Ma la vera forza dell'Italia è la sua attrattività nei confronti dei turisti non europei. Infatti, secondo l'Eurostat l'Italia nel 2014 è stata la prima nazione nella Ue per arrivi negli alberghi e negli altri esercizi ricettivi di turisti statunitensi (4,7 milioni), cana-

desi (734mila), russi (1,8 milioni), cinesi (2,3 milioni), giapponesi (1,3 milioni), coreani (535mila), brasiliani (763mila), turchi (348mila) e la seconda dopo la Gran Bretagna per arrivi dall'Oceania (1 milione). Forse, anziché continuamente "piangerci addosso" anche sul turismo, dovremmo semplicemente far conoscere di più queste statistiche a livello internazionale. Perché stimolerebbero l'emulazione di altri potenziali clienti stranieri a venire in Italia anziché demoralizzarli generando in loro una cattiva impressione. Infatti, il primo fattore di successo anche nel turismo è sicuramente un buon marketing e non la auto-depressione psicologica.

In sostanza, la più importante mossa per avere più turisti dall'estero deve essere innanzitutto quella di non dipingerci come un Paese disastroso e in declino ma come quello più interessante e più visitato, come in effetti siamo. La "grande bellezza" dell'Italia c'è, eccome. Stiamo attenti a non reclamizzarla male noi stessi. Poi, come è logico, ogni sforzo per migliorare a livello politico e imprenditoriale è ovviamente più che benvenuto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Il colosseo