

G.Ajassa - Affari&Finanza - 10-05-10

# Al turismo manca il modello made in Italy

Nel settore non c'è ancora consapevolezza che all'estero non si vende una singola località o evento culturale ma il 'prodotto Italia' nel suo complesso. Per questo non c'è ancora sufficiente attenzione ai servizi offerti. E così il numero di presenze straniere tiene ma la spesa cala

GIOVANNIAJASSA\*

Non solo export. Per accelerare e consolidare la ripresa dell'economia italiana un contributo essenziale è atteso dai servizi turistici e, in particolare, dal turismo culturale. Nel turismo, secondo stime compiute da istituti di ricerca specializzati, lavorano oltre 2 milioni di persone. Nel solo comparto alberghi e ristoranti lavorano 1,6 milioni di addetti, pari al 6% del totale Italia. Tra il 2007 e il 2009 la crisi ha causato un calo del 2% delle unità di lavoro del settore, un terzo in meno del meno 3% del totale delle unità di lavoro impiegate in Italia. In termini di valore aggiunto il settore degli alberghi e ristoranti ha realizzato nel 2009 un risultato di 54 miliardi di euro, pari al 4% del valore aggiunto totale dell'economia nazionale. Pur in calo rispetto al 2008, nel 2009 l'avanzo della bilancia turistica si è avvicinato ai 9 miliardi. La riduzione dell'avanzo del turismo è stata del 40% inferiore al calo accusato dal surplus del manifatturiero.

La relativa "resilienza" dei conti del turismo italiano trova conferma nel confronto internazionale. In aprile la World Tourism Organization - l'ente delle Nazioni Unite preposto al monitoraggio del turismo internazionale - ha diffuso i dati mondiali relativi al 2009. L'Italia, insieme alla Turchia, è il solo paese tra le principali "potenze" turistiche mondiali ad aver registrato nel 2009 un numero di arrivi di turisti internazionali non inferiore ai livelli ante-crisi del 2007. Viceversa,

cali significativi negli arrivi sono accusati da Francia e Spagna, che perdono nel 2009 sul 2007 rispettivamente 6,7 e 6,5 milioni di ingressi. Scendono anche Cina e Regno Unito.

La migliore tenuta del turismo italiano si attenua quando dal numero delle teste si passa al computo delle spese dei turisti internazionali. Nel 2009, annus horribilis anche per il turismo, i ricavi del settore sono scesi del 7,2% nel nostro paese. Una riduzione pressoché della stessa misura è stata registrata in Francia. Contrazioni nettamente superiori si vedono per gli Usa (-14,4%) e la Spagna (-9%). Su un fatturato a livello Mondo pari a 852 miliardi di dollari, la quota dell'Italia sui ricavi del turismo internazionale si attesta nel 2009 al 4,7%. Siamo quarti nel Mondo, a pari merito con la Cina e dopo Usa, Spagna e Francia.

I numeri del 2009 ci dicono che l'Italia del turismo non va peggio di altri paesi. Anzi. L'Italia c'è, anche a dispetto di quegli indici sulla "competitività turistica" che qualcuno calcola e che ci collocano intorno al 30° posto nel Mondo, tra Malta e l'Estonia. Ma alcune criticità congiunturali e taluni problemi strutturali di sviluppo rimangono evidenti.

Nel 2009, ad esempio, il turismo alberghiero ha fatto registrare il peggiore risultato degli ultimi cinque anni. Nei 34.155 alberghi italiani nel 2009 i clienti stranieri hanno speso

15,3 miliardi di euro per pernottamenti con un calo del 10% rispetto al 2008. Le presenze dei clienti stra-

nieri negli alberghi delle città d'arte sono diminuite del 7,1%. Quelle nelle strutture delle località marine sono scese solo del 3,5%. Nella ripartizione per paese di provenienza della spesa dei turisti stranieri la parte del leone viene ancora dai tedeschi che contano nel 2009 per il 16,7% degli introiti. Alla fine degli anni Novanta il peso della Germania si collocava intorno al 20%. Dopo i tedeschi, ci sono gli americani e i francesi, con quote intorno al 10%. Seguono svizzeri e inglesi, accreditati di incidenze vicine al 7%. Nuovi protagonisti emersi negli ultimi anni sono i russi, che contribuiscono nel 2009 al 2,2% dei ricavi turistici italiani. La Cina, che è già oggi un nostro grande concorrente come polo di attrazione di viaggiatori internazionali, partecipa alle entrate del turismo italiano solo per un assai modesto 0,6% del totale.

Il turismo come l'export. Nel futuro del turismo italiano c'è la sfida di aumentare la diversificazione delle provenienze dei visitatori del Bel paese accrescendo la quota - per teste e per introiti - proveniente dalle nuove economie dinamiche del pianeta e, in primis, dalla Cina. Come per l'export, la leva su cui agire è quella della qualità. In termini di qualità del patrimonio culturale e naturale l'Italia non è certo seconda a nessuno. In Italia risiede la quota più alta in assoluto dei siti Unesco patrimonio dell'umanità. Sono 44 su 890. In Cina ce ne sono 38. In

Francia si fermano a 33. In Italia ci sono 7 musei o istituti assimilabili aperti al pubblico ogni 100 mila abitanti. In un'accezione di cultura che va al di là dei capolavori dell'arte, il nostro è anche il paese delle eccellenze enogastronomiche, con 115 prodotti Dop e 41 vini Docg. La materia

prima, quindi, non ci manca. Quella che va rafforzata è la qualità dei servizi turistici intesi in senso ampio: dagli alberghi alle reti, materie immateriali, per lo sviluppo turistico dei territori e per la comunicazione dello stile italiano nel mondo, alla realizzazione di contesti urbani più ospitali, alla tutela dei beni paesaggistici, alla scuola e ai media che molto possono fare per accrescere il riconoscimento sociale e la promozione presso i giovani delle professioni del turismo.

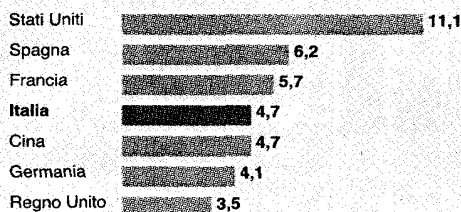
C'è un approccio di filiera che si va affermando e che coinvolge gli operatori del settore, le amministrazioni, i territori e, non ultimo, il credito. È l'approccio giusto. Più che in ogni altro settore, nel turismo ciò che si vende è un'esperienza d'insieme, non un singolo bene o servizio. È l'esperienza di un paese, dei suoi prodotti e della sua cultura. "Enjoyed in Italy", apprezzato in Italia: il turismo può essere il catalizzatore delle eccellenze dell'economia italiana nella nuova geografia dell'economia globale.

\*Responsabile Servizio Studi  
BNL Gruppo BNP Paribas

**Le località marine hanno perso la metà rispetto alle città d'arte**

## I ricavi del turismo internazionale nel 2009

In % sul totale Mondo



Fonte: World Tourism Organization