

f (<http://www.facebook.com/federturismoconfindustria>) 

(<http://twitter.com/federturismo>) **in**

(<https://www.linkedin.com/company/federturismo-confindustria>)



(<http://www.youtube.com/user/federturismo>)

**FEDERTURISMO
CONFINDUSTRIA**

LOGHI



REPORT: I NUMERI DEL TURISMO INTERNAZIONALE

A cura di



PRAGMA CSA srl
Change solution ahead

(<http://www.pragma-research.it>)

«Il vero viaggio di scoperta non consiste nel cercare nuove terre, ma nell'avere nuovi occhi»

Marcel Proust

Il noto aforisma di Marcel Proust sopra citato ben si adatta a quello che dovrebbe essere un corretto approccio alla definizione e alla concreta attuazione di politiche per lo sviluppo e la competitività turistica di un Paese.

Troppo spesso, infatti, l'azione politico-programmatica e le strategie messe in campo dei diversi attori della filiera turistica italiana (PA, Associazioni di categoria, imprese etc.) hanno privilegiato il raggiungimento di obiettivi di breve o brevissimo termine, in luogo di una "vision" di più ampio respiro temporale, che tenesse debitamente conto dei grandi cambiamenti in atto nel panorama turistico internazionale.

In questo senso, "avere nuovi occhi" significa anzitutto cambiare definitivamente il metro di giudizio in funzione del quale valutare il posizionamento competitivo del turismo nostrano e l'efficacia delle politiche adottate, in una logica di "Italia nel Mondo" piuttosto che di "Italia in Europa" o, peggio ancora, di "Regioni in Italia".

Ed è proprio dal quadro globale che ha inizio il nostro percorso di analisi delle statistiche sul turismo del World Tourism Organization, secondo le quali nel 2013 i viaggiatori internazionali hanno superato per la prima volta il miliardo di unità (+60% sul 2000), sostenendo una spesa di oltre 1.159 miliardi di dollari.



FLUSSI TURISTICI +60% (400mila unità)

TURISMO INTERNAZIONALE: SPESA



Spesa sostenuta +140% (680 mld di dollari)

Si tratta, evidentemente, di un ciclo espansivo con enormi implicazioni sul piano sociale, economico e culturale (di natura diretta, indiretta e indotta), che ha superato le più rosee aspettative (basti pensare che nel 1950 i turisti internazionali erano poco più di 25 milioni) e che, sempre secondo le previsioni dell'UNWTO, è destinato a perdurare nel tempo:

- di qui al 2020 i viaggiatori internazionali potrebbero aumentare di 300 milioni di unità, a quota 1,3 miliardi;
- nel decennio successivo il turismo internazionale crescerà ulteriormente, fino a raggiungere l'incredibile cifra di 1,8 miliardi di viaggiatori in tutto il Mondo (+80% sul 2013).

Il ciclo espansivo proseguirà...

TURISMO INTERNAZIONALE: PREVISIONI



**FLUSSI DI
VIAGGIATORI**

2013 1 miliardo

2020 1,3 miliardi

2030 1,8 miliardi



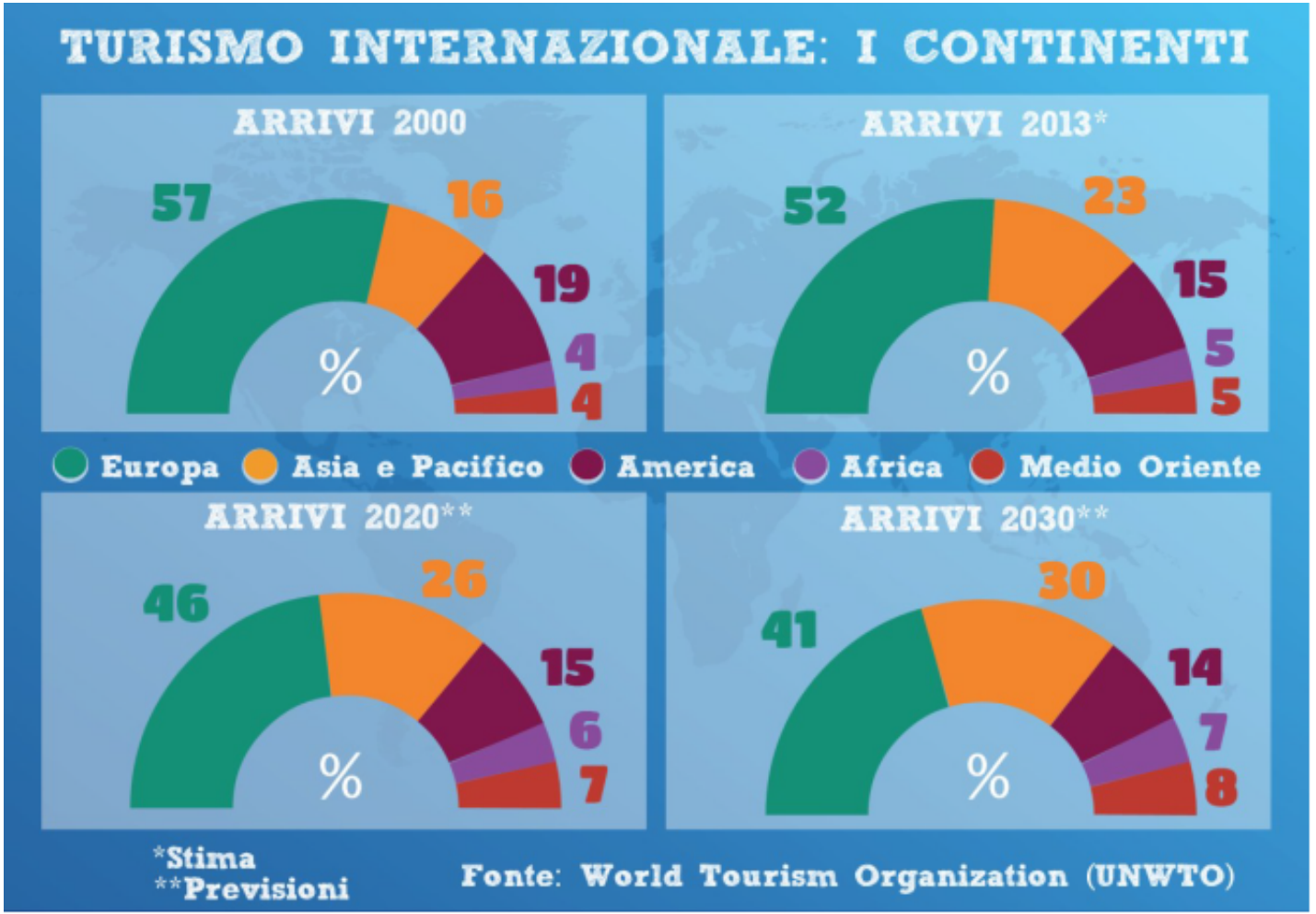
+80%

Fonte: World Tourism Organization (UNWTO)

Contestualmente alle previsioni sul mercato globale, da prendere comunque con le dovute precauzioni essendo basate su scenari di medio-lungo termine (Gli scenari del turismo internazionale elaborati dal World Tourism Organization si basano sulle dinamiche previsionali della ricchezza prodotta - fonte Fondo Monetario Internazionale - e del costo del trasporto passeggeri), il World Tourism Organization stima quella che potrebbe essere la futura composizione dei flussi turistici internazionali per Continente.

In particolare, l'ipotesi più accreditata dagli esperti prevede un ulteriore consolidamento dell'“effetto sostituzione” tra Continente Europeo e Asiatico rilevato nel corso degli ultimi anni: la percentuale di viaggiatori internazionali con destinazione Asia-Pacifico dovrebbe, infatti, salire al 30% nel 2030 (+7% rispetto al 2013), a fronte di un calo della quota di mercato dell'Europa (dal 57% al 41%) e di una sostanziale stabilità della percentuale di flussi internazionali con destinazione America (14-15%), Africa (5-7%), Medio Oriente (5-8%).

... ma la georeferenziazione dei flussi potrebbe cambiare



Chi sale e chi scende...

TURISMO INTERNAZIONALE: TOP10 SPESA OUTGOING		
RANKING 2000	RANKING 2013	VAR.
1° Stati Uniti	1° Cina	▲
2° Germania	2° Stati Uniti	▼
3° Regno Unito	3° Germania	▼
4° Giappone	4° Russia	▲
5° Francia	5° Regno Unito	▼
6° Italia	6° Francia	▼
7° Cina	7° Canada	▲
8° Hong Kong	8° Australia	▲
9° Paesi Bassi	9° Italia	▼
10° Canada	10° Brasile	▲
Fonte: World Tourism Organization (UNWTO)		

L'affermazione dell'Asia nel panorama turistico internazionale trova ulteriore conferma nelle classifiche UNWTO per paese di destinazione e spesa (inbound e outgoing).

- **Paese di destinazione:** Francia, Stati Uniti e Spagna confermano il primato assoluto per numero di viaggiatori in arrivo, mentre altre mete europee (Italia, Regno Unito, Russia) risentono della crescente concorrenza di Cina (dal 5° al 4° posto nel ranking mondiale), Turchia e Thailandia (entrambe new entry nella top10 delle destinazioni);
- **spesa inbound:** se da un lato il primato degli Stati Uniti rimane ineguagliabile (nel 2013 i viaggiatori in arrivo hanno speso 126 miliardi di dollari), dall'altro Spagna e Francia (rispettivamente al secondo e terzo posto nel ranking mondiale) sono ormai incalzate dalla Cina, che può altresì vantare la presenza nella top10 delle due regioni autonome di Macao e Hong Kong, rispettivamente al 5° e 10° posto (il dato relativo alla regione autonoma di Macao – Cina - risente più di altre destinazioni della componente di viaggiatori internazionali per motivi di lavoro e relativi flussi di spesa inbound). Anche in questo caso l'Italia perde terreno, scendendo dal 4° al 6°, così come Germania e Regno Unito.
- **spesa outgoing:** Il ciclo espansivo della Cina è decisamente impressionante. Se nel 2000 la spesa dei cinesi per viaggi all'estero

era di poco superiore ai 13 miliardi di dollari (7° valore più alto nel ranking mondiale), nel 2013 la spesa outgoing ha superato i 128 miliardi di dollari, 40 miliardi in più rispetto alla spesa sostenuta da statunitensi e tedeschi (rispettivamente al 2° e 3° posto). Tra i "big spender" del turismo internazionale segnaliamo, inoltre, l'avanzata di Russia, Canada, Australia e Brasile, a discapito dei paesi dell'Europa centrale, Italia in testa (dalla 6° alla 9° posizione nel ranking).

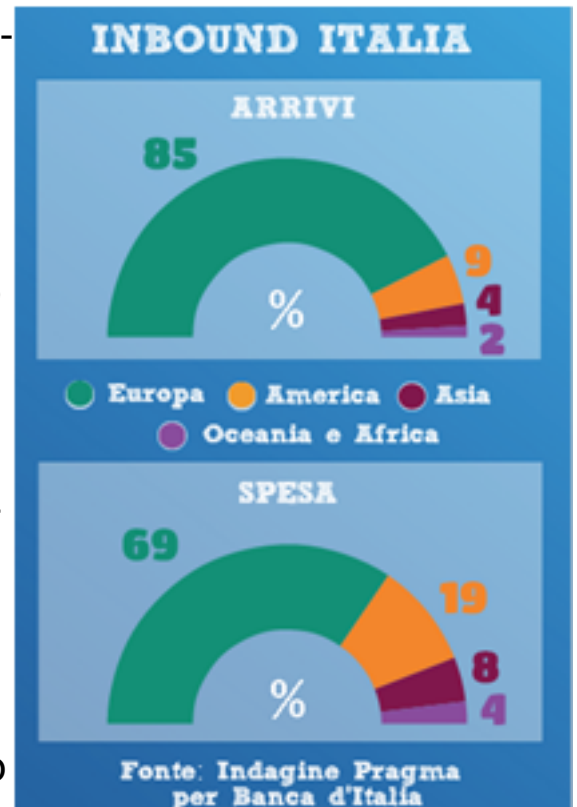
I big spender

Complessivamente, l'Italia sta, quindi, perdendo posizioni nel ranking del turismo internazionale (sia in termini di flussi che di spesa), complice soprattutto l'avanzata della Cina e, più in generale, dell'intero continente asiatico (a discapito delle classiche mete europee).

Tuttavia, a fini di una lettura "critica" dei dati, è importante sottolineare come in termini assoluti il turismo inbound nostrano stia registrando da diversi anni un trend positivo, certificato, tra gli altri, dall'Indagine sul Turismo Internazionale condotta da Pragma per conto di Banca d'Italia. Secondo tale indagine, il numero di viaggiatori stranieri in arrivo in Italia è cresciuto di 4,6 milioni di unità negli ultimi 5 anni (toccando quota 77 milioni nel 2013, +6% sul 2009) con un giro d'affari stimato in 33 miliardi di euro (contro i 28 del 2009).

La stessa rilevazione rileva la persistenza di talune criticità in merito alla composizione dei flussi inbound, con specifico riferimento a provenienza, stagionalità, destinazione e permanenza degli stranieri.

immagine 6 right

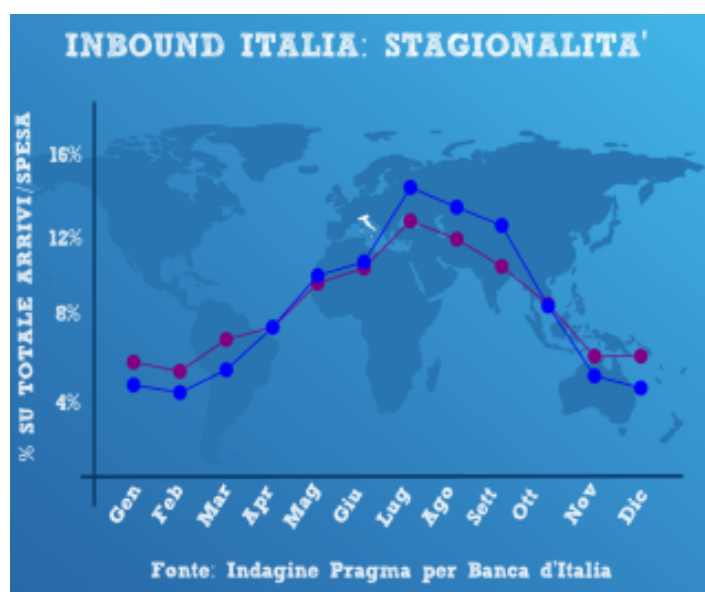


- Siamo, anzitutto, **un paese decisamente "europa-centrico"** sul piano della georeferenziazione degli arrivi: dall'Europa proviene la

maggioranza assoluta dei viaggiatori stranieri (ben l'85% nel 2013) e dei relativi volumi di spesa (69% nel 2013). Seguono, a notevole distanza, l'America (9% di viaggiatori, 19% di spesa), l'Asia (4% di viaggiatori, 8% di spesa), l'Oceania e l'Africa (2% di viaggiatori, 4% di spesa). Il dato relativo al Continente di provenienza è al netto dei viaggiatori stranieri che non effettuano pernottamenti nelle strutture ricettive - Alberghi, Villaggi turistici, B&B, etc.

- La disamina temporale dei flussi inbound denota, inoltre, **una forte stagionalità degli arrivi**, con un crescendo nei primi mesi dell'anno, un picco nella stagione estiva (tra luglio e settembre si concentra un terzo dei viaggiatori e della spesa) e un calo nell'ultimo trimestre.
- Il Mezzogiorno assorbe solo l'8% degli arrivi, contro il 23% del Centro e il 69% del Nord. Inoltre, **le prime tre Regioni** per numero di viaggiatori stranieri a destinazione (Lombardia, Veneto, Lazio) **assorbono oltre la metà dei flussi inbound e della spesa.**

Il primato dell'estate e la concentrazione territoriale



I "DRIVER" DELLA DOMANDA E DELL'OFFERTA

La perdita di competitività a livello internazionale da un lato e la persistenza di criticità del mercato interno dall'altro suonano come campanelli d'allarme rispetto ai quali si rende necessaria l'adozione di interventi (strutturali, organici e di efficienza) che valorizzino le potenzialità turistiche inesprese del nostro Paese.

Parliamo esplicitamente di “potenzialità inesprese” perché convinti che l'Italia possa ancora giocare un ruolo da protagonista nel panorama internazionale, facendo leva sui “driver” della domanda estera e favorendone il matching con l’offerta interna.

Rispetto alla domanda estera, il graduale spostamento del baricentro del turismo internazionale dal Continente Europeo a quello Asiatico, che secondo le previsioni dell'UNWTO dovrebbe perdurare e accentuarsi nei prossimi anni, rappresenta una grande opportunità per l'Italia. La spesa media dei viaggiatori stranieri in arrivo dall'Asia è, infatti, di 1.200 euro - il triplo rispetto al dato complessivo (la differenza è in massima parte riconducibile alla più alta frequenza di arrivi con pernottamento, al più alto numero di giorni medi di permanenza, alla più bassa percentuale di viaggi per lavoro e/o motivi personali), per cui un incremento dei flussi inbound dall'Asia nell'ordine delle 500mila unità (dagli attuali 2,3 a 2,8 milioni di viaggiatori/anno) si tradurrebbe in maggiori introiti per oltre 600milioni di euro. Analogo effetto moltiplicatore verrebbe generato da politiche di destagionalizzare dei flussi inbound (ad un incremento medio mensile del 5% di arrivi stranieri oltre la stagione estiva corrisponderebbe, infatti, un aumento su base annua di 2,5 milioni di presenze e 1 miliardo di euro di spesa) e/o che ne favoriscano la permanenza per un numero maggiore di giorni (il dato medio su base annua risente della più alta stagionalità che caratterizza gli arrivi di italiani e stranieri nelle strutture ricettive italiane, per es. estate vs resto dell’anno).

SE SI RIUSCISSE A ...	IPOTESI	IMPATTO SULLA SPESA
FAVORIRE L'INCOMING DAI PAESI ASIATICI	+500MILA ARRIVI	600 MILIONI DI EURO
DESTAGIONALIZZARE I FLUSSI TURISTICI	+5% ARRIVI MENSILI OLTRE STAGIONE ESTIVA	1 MILIARDO DI EURO
AUMENTARE LA PERMANENZA MEDIA	PER OGNI NOTTE IN PIU'	6 MILIARDI DI EURO
Fonte: Stima Pragma su dati Banca d'Italia		

Rispetto all'offerta interna, l'Italia ha tutte le carte in regola per affermare la propria leadership internazionale per capacità di attrazione turistica: i nostri assets culturali, paesaggistici, storici e naturalistici sono ineguagliabili, come certificano, tra gli altri, il primato assoluto per numero di siti UNESCO (50 "luoghi protetti" contro i 45 della Cina e i 44 della Spagna) e la presenza costante di località italiane nelle classifiche delle migliori mete turistiche stilata da riviste e siti specializzati (Lonely Planet, National Geographic, Trip Advisor, Condé Nast). Come la domanda estera, anche l'offerta interna è, tuttavia, caratterizzata da "potenzialità inespresse", legate all'incapacità di valorizzare al meglio le immense risorse turistiche a nostra disposizione e il vantaggio che ne consegue rispetto ai principali competitor internazionali. I margini di miglioramento, in questa direzione, sono notevoli, considerato che in Italia:

- Il Prodotto Interno Lordo generato dal Turismo (tra impatto diretto, indiretto e indotto) è stimato in 160 miliardi di euro (contro i 194 miliardi della Francia) e incide per il 10% sul Pil nazionale (contro il 15% della Spagna);
- Il tasso di occupazione medio annuo dei posti letto è pari al 37% (mentre la stessa percentuale sale al 40% in Germania, 47% in Francia e 54% in Spagna);
- La densità di posti letto in strutture ricettive (80 ogni 1.000 abitanti) è in linea con quella dei principali competitor europei (77 in Francia, 74 in Francia), ma registra forti oscillazioni a livello territoriale (da 40 in Sicilia ad oltre 300 in Trentino Alto Adige).

Iscriviti alla newsletter

(<http://federturismo.us8.list-manage1.com/subscribe?>

Risparmia con le nostre convenzioni

[convenzioni.html](#)) ([/it/la-federazione/associarsi.html](#))

Associati



FEDERTURISMO
CONFINDUSTRIA

Federazione Nazionale Industria dei Viaggi e del Turismo

Viale Pasteur, 10 (Palazzo Confindustria) - 00144 - Roma

Tel. +39 06-59.03.351/346

E-mail: federturismo@federturismo.it (<mailto:federturismo@federturismo.it>)

c.f. 96269080584



La @Regione_Abruzzo indice un concorso di idee per la progettazione di un marchio da utilizzare per identificare la... <https://t.co/ynmaDV61Eh> (<https://t.co/ynmaDV61Eh>)



La Giunta regionale della @RegioneUmbria ha adottato un provvedimento urgente a sostegno del tessuto produttivo in... <https://t.co/jAbje0zWht> (<https://t.co/jAbje0zWht>)



Il @_MiBACT ha prorogato dal 2 al 13 marzo il termine per la presentazione dei dossier di candidatura da parte di... <https://t.co/NXcZLVLmja> (<https://t.co/NXcZLVLmja>)



Comunicato stampa - #Coronavirus: #Federturismo chiede misure straordinarie per il settore. Leggilo al link... <https://t.co/LSTP4nXTJ0> (<https://t.co/LSTP4nXTJ0>)

2017 Federturismo



[_ \(https://www.facebook.com/federturismoconfindustria\)](https://www.facebook.com/federturismoconfindustria)



[. \(https://twitter.com/federturismo\)](https://twitter.com/federturismo)



[. \(https://www.linkedin.com/company/federturismo-confindustria\)](https://www.linkedin.com/company/federturismo-confindustria)



[. \(https://www.youtube.com/user/federturismo\)](https://www.youtube.com/user/federturismo)