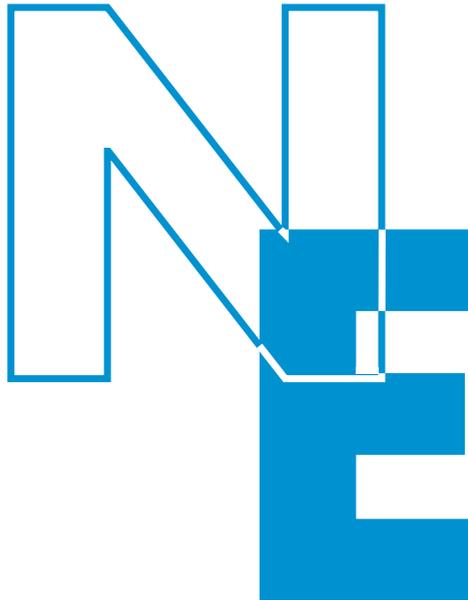




CONFINDUSTRIA  
Centro Studi



# Note Economiche

*I settori*

**L'industria turistica in Italia**

**N. 3 - Luglio 2007**

*Note Economiche*, coordinata da Sandro Trento e Anna Ruocco, è stata realizzata da Ciro Rapaciuolo, Massimo Rodà, Lorena Scaperrotta, Grazia Sgarra e F.M. Sica, del Centro Studi Confindustria; Graziano Abrate (Centro di ricerca Hermes - Università del Piemonte Orientale «A. Avogadro»), Fabrizio Erbetta (Centro di ricerca Hermes - Università del Piemonte Orientale «A. Avogadro»), Mariangela Franch (Università di Trento), Giuseppe Mele (Confindustria - Area Politiche industriali e territoriali), Alessandro Terzulli (SACE). Inoltre hanno contribuito: Federturismo-Confindustria, AICA (Associazione Italiana Catene Alberghiere), ANEF (Associazione Nazionale Esercenti Funiviari), Costa Crociere, Federterme, Italcongressi, ITB-Italia (Imprenditori Turistici Balneari) e UCINA (Unione Nazionale Cantieri Industrie Nautiche e Affini).

Il lavoro si è avvalso della collaborazione di Gianna Bargagli.

## **Centro Studi Confindustria**

*Viale dell'Astronomia, 30 - 00144 Roma*

<http://www.confindustria.it>

### **Direttore**

Sandro Trento

### **Vicedirettore**

Anna Ruocco

<b>A. L'economia del turismo: la domanda e l'offerta .....</b>	<b>5</b>
1. La domanda turistica .....	7
2. L'Italia come meta turistica: la domanda <i>inbound</i> e domestica .....	12
3. La domanda <i>outbound</i> e le destinazioni internazionali preferite dagli italiani .....	21
4. Gli altri indicatori di domanda .....	28
5. La struttura dell'offerta turistica .....	31
6. La capacità ricettiva .....	39
7. L'offerta ricettiva regionale e locale .....	43
8. L'offerta ricettiva nel confronto europeo e internazionale .....	52
9. I prezzi e l'impatto sulla domanda .....	57
10. Le attrattività ambientali e culturali .....	63
11. Le determinanti della competitività turistica nell'indicatore WEF .....	68
12. La domanda turistica per tipologia di strutture ricettive .....	73
13. Il peso del turismo nell'economia .....	79
<b>B. I turismi .....</b>	<b>89</b>
14. Le catene alberghiere .....	91
15. La convegnoistica .....	97
16. L'impatto economico del turismo crocieristico in Europa e in Italia ....	105
17. La competitività crocieristica italiana e l'infrastrutturazione della portualità passeggeri .....	109
18. Il turismo termale .....	114

19. Il turismo alpino: caratteristiche strutturali della domanda e dell'offerta.....	125
20. Il ruolo delle <i>Information and Communication Technologies</i> (ICT) nei processi decisionali di operatori e turisti all'interno del contesto alpino.....	136
<b>C. Governance e infrastrutture</b> .....	145
21. L'evoluzione normativa del turismo alla luce del processo federalista del nostro ordinamento.....	147
22. Le infrastrutture e l'intermodalità per lo sviluppo turistico.....	151
23. La domanda logistica delle imprese turistiche .....	156
24. La struttura ed evoluzione dell'industria aeroportuale italiana.....	160
25. L'analisi di efficienza di scala dell'industria aeroportuale italiana.....	163
26. L'efficienza tecnica nell'industria aeroportuale italiana .....	169
27. I rendimenti di scopo nell'industria aeroportuale italiana .....	173
<b>D. Appendice</b> .....	179
1. L'offerta turistica dal punto di vista normativo e statistico .....	181
2. La classificazione statistica delle imprese turistiche .....	184
3. La metodologia adottata per l'analisi dell'industria aeroportuale italiana.....	186
<i>Glossario del turismo</i> .....	193

## **A. L'economia del turismo: la domanda e l'offerta**



## 1. La domanda turistica

La domanda turistica espressa complessivamente dai vari soggetti (viaggiatori, visitatori, turisti) assume varie forme di segmentazione secondo le diverse caratteristiche del viaggio: il motivo principale del viaggio, la tipologia di struttura ricettiva prescelta, il mezzo di trasporto utilizzato. Analizziamo nel dettaglio i vari segmenti della domanda.

I motivi sottostanti la decisione di viaggiare sono classificati in due categorie: "lavoro/affari" e "motivi personali" (vedi glossario).

La graduatoria delle motivazioni a viaggiare (Tabb. 1a e 1b) è simile per gli italiani e per gli stra-

**Tab. 1a - Numero di viaggiatori e relativa spesa di italiani all'estero per motivo del viaggio, 2006**

Motivo del viaggio	Numero (migliaia di unità)	%	Spesa (milioni di euro)	%
<b>Motivi personali</b>	<b>36.442</b>	<b>74,2</b>	<b>11.911</b>	<b>64,7</b>
- vacanze	18.692	38,0	8.063	43,8
- acquisti, <i>shopping</i>	8.800	17,9	579	3,1
- visita a parenti	2.803	5,7	1.218	6,6
- altro	2.303	4,7	329	1,8
- visita ad amici	2.024	4,1	397	2,2
- studio, corsi	705	1,4	678	3,7
- cure, terme	647	1,3	101	0,5
- viaggi di nozze	254	0,5	460	2,5
- motivi religiosi	214	0,4	85	0,5
<b>Motivi di lavoro/affari</b>	<b>12.686</b>	<b>25,8</b>	<b>6.489</b>	<b>35,3</b>
- altro	8.878	18,1	5.597	30,4
- lavoratori stagionali/frontalieri	2.759	5,6	415	2,3
- convegni e congressi	1.049	2,1	477	2,6
<b>Totale</b>	<b>49.128</b>	<b>100,0</b>	<b>18.399</b>	<b>100,0</b>

Fonte: elaborazioni CSC su dati UIC.

**Tab. 1b - Numero di viaggiatori e relativa spesa di stranieri in Italia per motivo del viaggio, 2006**

Motivo del viaggio	Numero (migliaia di unità)	%	Spesa (milioni di euro)	%
<b>Motivi personali</b>	<b>55.519</b>	<b>82,3</b>	<b>23.839</b>	<b>78,5</b>
- vacanze	37.348	55,4	17.794	58,6
- acquisti, <i>shopping</i>	8.469	12,6	1.090	3,6
- visita a parenti	4.254	6,3	2.022	6,7
- visita ad amici	2.222	3,3	674	2,2
- altro	1.606	2,4	429	1,4
- studio, corsi	1.114	1,7	1.418	4,7
- cure, terme	199	0,3	146	0,5
- motivi religiosi	159	0,2	102	0,3
- viaggi di nozze	148	0,2	164	0,5
<b>Motivi di lavoro/affari</b>	<b>11.937</b>	<b>17,7</b>	<b>6.529</b>	<b>21,5</b>
- altro	9.538	14,1	5.333	17,6
- convegni e congressi	1.295	1,9	599	2,0
- lavoratori stagionali/frontalieri	1.103	1,6	596	2,0
<b>Totale</b>	<b>67.456</b>	<b>100,0</b>	<b>30.368</b>	<b>100,0</b>

Fonte: elaborazioni CSC su dati UIC.

nieri: prevalgono in entrambi i casi i motivi personali su quelli per affari. Nel caso degli italiani, però, un viaggio su quattro è effettuato per affari, mentre l'incidenza nel caso degli stranieri è sotto il 18 per cento. Tra i motivi di lavoro particolarmente elevata risulta per gli italiani l'incidenza dei viaggi per vendite, trattative commerciali, missioni, riunioni di lavoro (rappresentati dalla categoria "altro") e dei lavoratori stagionali e frontalieri (5,6 per cento a fronte dell'1,6 per cento degli stranieri).

Nelle statistiche internazionali la disaggregazione della domanda in base alle diverse motivazioni del viaggio consente di distinguere gli arrivi internazionali per vacanze da quelli per *business* (Tab. 2). Rispetto agli altri paesi l'Italia si distingue per un'incidenza elevata del segmento affari sul totale degli arrivi. Questa caratteristica italiana è positiva dato che il segmento *business* genera più valore aggiunto. Viceversa, l'Italia registra un'incidenza del segmento vacanze/tempo libero notevolmente inferiore rispetto a quella dei concorrenti europei.

La disaggregazione della domanda in base alla struttura ricettiva prescelta mostra la prevalenza tra i viaggiatori italiani degli escursionisti (Tabb. 3a e 3b). Viceversa, tra i viaggiatori stranieri che intraprendono un viaggio verso l'Italia prevalgono i turisti in senso stretto: oltre un terzo di questi sceglie l'albergo o un villaggio turistico, l'11 per cento è ospite di parenti e amici e il 5,6 per cento prende in affitto una casa. Coloro che non pernottano, comunque, rappresentano il 38 per cento del totale.

**Tab. 2 - Arrivi internazionali per scopo della visita, 2003**  
(composizioni percentuali)

Paesi	Vacanze/ tempo libero	Business	Altro
Canada	55,5	12,8	29,6
Cina	37,8	25,4	36,8
Francia	65,9	13,1	21,0
Giappone	58,6	24,6	16,8
Italia	43,4	41,1	15,5
Messico	32,7	2,9	64,4
Regno Unito	32,3	30,7	37,0
Spagna	82,4	8,7	9,0

Fonte: elaborazioni CSC su dati OMT.

**Tab. 3a - Numero e spesa dei viaggiatori italiani all'estero per struttura ricettiva, 2006**

Struttura ricettiva	Numero (migliaia di unità)	%	Spesa (milioni di euro)	%
Albergo, villaggio turistico	13.746	28,0	10.426	56,7
Ospite di parenti, amici	4.799	9,8	2.733	14,9
Casa in affitto	2.052	4,2	2.191	11,9
Casa di proprietà	1.654	3,4	625	3,4
Altro	916	1,9	591	3,2
Ostello della gioventù	316	0,6	165	0,9
Tenda, carrello, roulotte	267	0,5	138	0,8
Motorcaravan, camper	266	0,5	112	0,6
Comunità	218	0,4	226	1,2
Nave (in crociera)	167	0,3	161	0,9
Altre comunità	139	0,3	188	1,0
Comunità gestita da religiosi	69	0,1	32	0,2
Casa di cura	10	0,0	6	0,0
Nessun pernottamento	24.727	50,3	1.031	5,6
<b>Totale</b>	<b>49.128</b>	<b>100,0</b>	<b>18.399</b>	<b>100,0</b>

Fonte: elaborazioni CSC su dati UIC.

**Tab. 3b - Numero e spesa dei viaggiatori stranieri in Italia per struttura ricettiva, 2006**

Struttura ricettiva	Numero (migliaia di unità)	%	Spesa (milioni di euro)	%
Albergo, villaggio turistico	23.458	34,8	17.043	56,1
Ospite di parenti, amici	7.551	11,2	4.514	14,9
Casa in affitto	3.746	5,6	3.747	12,3
Tenda, carrello, roulotte	1.779	2,6	701	2,3
Casa di proprietà	1.672	2,5	1.152	3,8
Altro	1.540	2,3	1.540	5,1
Ostello della gioventù	768	1,1	332	1,1
Motorcaravan, camper	544	0,8	228	0,8
Comunità	297	0,4	340	1,1
Nave (in crociera)	281	0,4	245	0,8
Comunità gestita da religiosi	152	0,2	118	0,4
Altre comunità	135	0,2	201	0,7
Casa di cura	10	0,0	21	0,1
Nessun pernottamento	25.821	38,3	1.687	5,6
<b>Totale</b>	<b>67.456</b>	<b>100,0</b>	<b>30.368</b>	<b>100,0</b>

Fonte: elaborazioni CSC su dati UIC.

La maggior parte dei viaggi sia degli italiani sia degli stranieri sono effettuati transitando per le frontiere stradali utilizzando automobili di proprietà o a noleggio, pullman, camper, moto (Tab. 4). Quasi un terzo dei viaggiatori stranieri accede al nostro Paese attraverso le frontiere aeroportuali, mentre per i viaggi degli italiani il peso del trasporto aereo è inferiore (poco più di un quarto del totale dei viaggi).

Questi dati sui trasporti suggeriscono, in primo luogo, che bisogna migliorare, almeno nel breve periodo, alcune tratte autostradali cruciali e i servizi per l'automobilista, come parcheggi di interscambio, aree di ristoro e aree di rifornimento carburanti. In secondo luogo, indicano la scarsa attrattività delle tipologie di trasporto alternative, come quello ferroviario e portuale, suggerendo di accrescere l'efficienza delle compagnie che gestiscono tali forme di trasporto tramite investimenti infrastrutturali volti a creare e/o migliorare porti e aeroporti, a raddoppiare i binari su alcune tratte ferroviarie. Questi investimenti consentirebbero di assorbire una quota dei viaggi su gomma, con effetti positivi su inquinamento e traffico.

**Tab. 4 - Viaggiatori italiani e stranieri per tipo di frontiera, 2006**  
(valori assoluti e composizioni percentuali)

Tipo di frontiera	Italiani all'estero		Stranieri in Italia	
	Numero	%	Numero	%
Stradale	34.483	70,2	41.801	62,0
Aeroportuale	12.569	25,6	21.796	32,3
Portuale	1.106	2,3	1.958	2,9
Ferroviaria	970	2,0	1.902	2,8
<b>Totale</b>	<b>49.128</b>	<b>100,0</b>	<b>67.456</b>	<b>100,0</b>

Fonte: elaborazioni CSC su dati UIC.

## 2. L'Italia come meta turistica: la domanda *inbound* e domestica

La domanda turistica che si genera complessivamente all'interno di un paese è composta da due segmenti distinti: la domanda *inbound* espressa dai visitatori non residenti nel paese visitato e la domanda domestica generata dai visitatori residenti che si spostano all'interno del paese verso località diverse dalle loro abituali (*internal tourism*).

Possono essere usati diversi indicatori per quantificare la domanda *inbound*. Un primo indicatore, di natura quantitativa, effettua semplicemente il conteggio degli arrivi dei viaggiatori stranieri alle frontiere<sup>1</sup>.

A livello mondiale, gli arrivi internazionali nel corso del 2006 hanno superato ogni aspettativa oltrepassando gli 840 milioni di persone (40 milioni di arrivi in più rispetto al 2005; Tab. 1). Il tasso di crescita (5 per cento) è sostanzialmente uguale a quello registrato lo scorso anno, ma re-

**Tab. 1 - Arrivi internazionali per aree geografiche di destinazione**

	Arrivi internazionali di turisti (milioni)					Quota di mercato (%)	Variatz. (%)	Crescita media annua
	1990	1995	2000	2005	2006 <sup>1</sup>	2006 <sup>1</sup>	05/06 <sup>1</sup>	90/06 <sup>1</sup>
<b>Mondo</b>	<b>439</b>	<b>540</b>	<b>687</b>	<b>802</b>	<b>842</b>	<b>100,0</b>	<b>5,0</b>	<b>4,2</b>
<b>Europa</b>	<b>265,6</b>	<b>315,0</b>	<b>395,8</b>	<b>438,3</b>	<b>456,9</b>	<b>54,3</b>	<b>4,2</b>	<b>3,4</b>
Nord Europa	31,6	40,1	45,8	51,0	54,3	6,4	6,5	3,4
Europa Occidentale	108,6	112,2	139,7	142,6	149,8	17,8	5,0	2,0
Europa Centro-Orientale	31,5	60,0	69,6	87,8	89,1	10,6	1,5	6,7
Europa Mediterranea	93,9	102,7	140,8	156,8	163,7	19,4	4,4	3,5

<sup>1</sup> Dati provvisori.

*segue*

<sup>1</sup> A seconda dei paesi, le statistiche sugli arrivi forniscono il numero dei turisti, quello dei visitatori alle frontiere, oppure il numero degli arrivi negli esercizi ricettivi.

segue Tab. 1 - Arrivi internazionali per aree geografiche di destinazione

	Arrivi internazionali di turisti (milioni)					Quota di mercato (%)	Variatz. (%)	Crescita media annua
	1990	1995	2000	2005	2006 <sup>1</sup>	2006 <sup>1</sup>	05/06 <sup>1</sup>	90/06 <sup>1</sup>
<b>Asia e Pacifico</b>	<b>56,2</b>	<b>82,4</b>	<b>110,5</b>	<b>155,4</b>	<b>167,4</b>	<b>19,9</b>	<b>7,7</b>	<b>7,1</b>
Asia Nord-orientale	26,4	41,3	58,3	87,6	94,1	11,2	10,3	8,3
Asia Sud-orientale	21,5	28,8	36,9	49,3	53,9	6,4	4,8	5,9
Oceania	5,2	8,1	9,2	10,5	10,5	1,2	3,8	4,5
Asia Sud	3,2	4,2	6,1	8,0	8,9	1,1	5,5	6,6
<b>Americhe</b>	<b>92,8</b>	<b>109,0</b>	<b>128,1</b>	<b>133,2</b>	<b>136,0</b>	<b>16,2</b>	<b>2,1</b>	<b>2,4</b>
Nord America	71,7	80,7	91,4	89,9	90,7	10,8	4,9	1,5
Caraibi	11,4	14,0	17,1	18,8	19,4	2,3	4,3	3,4
America Centrale	1,9	2,6	4,3	6,3	7,0	0,8	15,7	8,5
Sud America	7,7	11,7	15,3	18,2	18,9	2,2	12,2	5,8
<b>Africa</b>	<b>15,2</b>	<b>20,3</b>	<b>28,2</b>	<b>37,3</b>	<b>40,9</b>	<b>4,9</b>	<b>9,7</b>	<b>6,4</b>
Nord Africa	8,4	7,3	10,2	13,9	14,9	1,8	7,5	3,6
Africa Subsahariana	6,8	13,0	17,9	23,4	26,0	3,1	9,1	8,7
<b>Medio Oriente</b>	<b>9,6</b>	<b>13,7</b>	<b>24,2</b>	<b>38,3</b>	<b>40,7</b>	<b>4,8</b>	<b>6,3</b>	<b>9,4</b>

<sup>1</sup> Dati provvisori.Fonte: *Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT)*.

sta al di sopra della media di lungo periodo di quasi un punto percentuale (4,2 per cento il tasso di crescita medio tra il 1990 e il 2006).

Fin dagli anni Cinquanta, Francia, Italia e Stati Uniti sono rimaste saldamente tra le prime cinque destinazioni mondiali per arrivi internazionali.

**Tab. 2 - Prime 10 destinazioni mondiali per arrivi internazionali**  
(valori percentuali)

1950	Quota mondo	1970	Quota mondo	1990	Quota mondo	2006 <sup>1</sup>	Quota mondo
1 Stati Uniti		Italia		Francia		Francia (9,4%)	
2 Canada		Canada		Stati Uniti		Spagna (6,9%)	
3 Italia	71%	Francia	43%	Spagna	38%	Stati Uniti (6,1%)	33%
4 Francia		Spagna		Italia		Cina (5,9%)	
5 Svizzera		Stati Uniti		Ungheria		Italia (4,9%)	
6 Irlanda		Austria		Austria		Regno Unito (3,6%)	
7 Austria		Germania		Regno Unito		Germania (2,8%)	
8 Spagna	17%	Svizzera	22%	Germania	19%	Messico (2,5%)	14%
9 Germania		Jugoslavia		Canada		Austria (2,4%)	
10 Regno Unito		Regno Unito		Messico		Russia (2,4%)	
Altri	12%	Altri	35%	Altri	43%	Altri	53%

<sup>1</sup> Dati provvisori; i numeri tra parentesi indicano la quota mondo per ciascun paese.

Fonte: elaborazioni CSC su dati OMT.

Dal 1950 ad oggi sono andati progressivamente delineandosi due fenomeni nuovi (Tab. 2). In primo luogo, una distribuzione più equilibrata dei flussi di viaggiatori tra le varie destinazioni mondiali con conseguente perdita del peso relativo dei paesi che occupano le posizioni più alte del *ranking* mondiale: se negli anni Cinquanta i primi cinque paesi assorbivano oltre il 70 per cento degli arrivi, nel 2006 arrivano a rappresentare solamente un terzo. Questa ricomposizione geografica è legata senz'altro al miglioramento dei trasporti che hanno reso più agevoli gli spostamenti di lunga distanza.

In secondo luogo, molti paesi in via di sviluppo si sono affacciati nel panorama mondiale e si stanno sempre più affermando come mete turistiche, rendendo meno attrattive le destinazioni tradizionali: la Cina è risultata nel 2006 la quarta meta più visitata al mondo, posizione occupata dall'Italia negli anni Novanta. Il peggioramento della posizione relativa dell'Italia nella graduatoria delle destinazioni è allarmante: dal primo posto negli anni Settanta è ora scesa al quinto, equivalente a una quota del 4,9 per cento sul totale degli arrivi. Ma quel che sorprende è che i suoi *competitors* tradizionali hanno consolidato la loro posizione relativa: la Francia (con una

quota del 9,4 sul totale degli arrivi mondiali) è riuscita dapprima a risalire in graduatoria e poi a conservare la prima posizione come negli anni Novanta; nello stesso arco temporale la Spagna è riuscita a conquistare il secondo posto e ha attratto nel 2006 il 6,9 per cento degli arrivi complessivi. Nel caso della Cina l'ascesa al quarto posto è ancor più sorprendente se si considera che negli anni Novanta non appariva neanche tra le prime dieci destinazioni mondiali.

In termini di arrivi tra il 2000 e il 2006, l'Italia e gli Stati Uniti hanno registrato mediamente un tasso di crescita nullo (Tab. 3). Modestissimo l'incremento medio dei flussi turistici in entrata per Francia e Messico (rispettivamente 0,4 e 0,6 per cento), mentre altri paesi europei tradizionalmente *competitors* dell'Italia, quali la Spagna hanno attratto più visitatori ad un ritmo medio annuo del 3,4 per cento. Nello stesso periodo, particolarmente dinamico è risultato il trend della Cina (8 per cento il tasso di crescita medio).

Preoccupante appare la *performance* dell'Italia anche in termini di entrate turistiche. In questo ambito l'Italia ha registrato un tasso di crescita di appena lo 0,2 per cento secondo i dati Eurostat.

Limitatamente all'Italia sono disponibili i dati 2006 relativi al numero e alla spesa dei visitatori stranieri disaggregati per paese di residenza (Tabb. 4a e 4b). Il numero complessivo di viaggiatori nel 2006 è aumentato del 12 per cento rispetto al 2005 grazie all'apporto determinante dei viaggiatori provenienti dai Paesi dell'Est Europa (Croazia, Repubblica Ceca e Ungheria in particolare).

Nello stesso anno, la spesa dei viaggiatori è cresciuta di poco meno del 7 per cento. I turisti pro-

**Tab. 3 - Arrivi turistici internazionali per paese di destinazione**

Rank	Paese di destinazione	2006 <sup>1</sup> (milioni di unità)	Var. % media 2000/2006 <sup>1</sup>
1	Francia	79,1	0,4
2	Spagna	58,5	3,4
3	Stati Uniti	51,1	0,0
4	Cina <sup>2</sup>	49,6	8,0
5	Italia	41,1	0,0
6	Regno Unito	30,1	4,4
7	Germania	23,6	3,7
8	Messico	21,4	0,6
9	Austria	20,3	1,1
10	Russia	20,2	-

<sup>1</sup> Dati non definitivi.

<sup>2</sup> Sono escluse Hong Kong, Macao e Taiwan.

Fonte: elaborazioni CSC su dati OMT.

**Tab. 4a - Numero di viaggiatori stranieri in Italia per paese di residenza, 2006***(migliaia di unità, salvo diversa indicazione)*

<b>Rank Paese</b>	<b>Viaggiatori</b>	<b>Quota %</b>	<b>Var. % 05/06</b>
1 Germania	10.835	16,1	-2,0
2 Francia	10.328	15,3	22,5
3 Svizzera	10.293	15,3	18,3
4 Austria	6.367	9,4	7,2
5 Regno Unito	4.514	6,7	6,8
6 Slovenia	3.109	4,6	-7,0
7 Stati Uniti	2.993	4,4	11,2
8 Spagna	2.487	3,7	25,4
9 Olanda	1.598	2,4	-1,0
10 Belgio	1.196	1,8	8,2
11 Polonia	1.181	1,8	37,3
12 Ungheria	1.107	1,6	44,5
13 Croazia	976	1,4	60,5
14 Romania	894	1,3	20,5
15 Rep. Ceca	876	1,3	45,8
Altri	8.706	12,9	15,4
<b>Totale</b>	<b>67.460</b>	<b>100,0</b>	<b>12,0</b>

*Fonte: elaborazioni CSC su dati UIC.*

venienti da Germania, nonostante un forte calo, Stati Uniti e Regno Unito hanno generato i flussi di spesa più elevati.

Il calo della spesa turistica nel 2005 era stato determinato dalla riduzione sia della spesa per vacanze (che rappresenta circa il 60 per cento del totale) sia della spesa per motivi di lavoro. Si segnala che nel 2006 è risultata particolarmente dinamica la voce *business* (13 per cento l'aumento rispetto al 2005), sebbene la voce vacanze abbia registrato una netta ripresa rispetto all'anno precedente. Nell'ambito dei motivi personali merita di essere segnalato, infine, il segno positivo della voce *shopping* dopo due anni consecutivi di calo.

È interessante analizzare la distribuzione territoriale della spesa turistica complessiva e le differenze territoriali nella composizione della spesa per motivo della visita. Il Centro è l'area che ha apportato il maggior contributo alla spesa complessiva, soppiantando così il ruolo del Nord-Est

**Tab. 4b - Spesa turistica in Italia dei viaggiatori stranieri per paese di residenza, 2006***(milioni di euro, salvo diversa indicazione)*

<b>Rank Paese</b>	<b>Spesa</b>	<b>Quota %</b>	<b>Var. % 05/06</b>
1 Germania	5.180	17,1	-13,6
2 Stati Uniti	3.840	12,6	16,8
3 Regno Unito	2.842	9,4	13,9
4 Francia	2.797	9,2	9,2
5 Svizzera	2.331	7,7	9,5
6 Spagna	1.387	4,6	24,2
7 Austria	1.334	4,4	-0,3
8 Olanda	878	2,9	-9,3
9 Belgio	706	2,3	9,3
10 Polonia	687	2,3	33,7
11 Australia	627	2,1	-0,9
12 Romania	529	1,7	3,9
13 Canada	484	1,6	12,8
14 Ungheria	442	1,5	25,6
15 Giappone	405	1,3	7,1
Altri	5.898	19,4	15,6
<b>Totale</b>	<b>30.367</b>	<b>100,0</b>	<b>6,7</b>

*Fonte: elaborazioni CSC su dati UIC.*

che però si conferma ancora una volta l'area preferita dagli stranieri per le vacanze, il Nord-Ovest, invece, consolida la sua specializzazione per i viaggi di lavoro.

Quanto alla domanda domestica, l'altro segmento della domanda turistica, l'83,2 per cento dei viaggi effettuati dagli italiani nel 2006 ha avuto come destinazione una località italiana (Tab. 5).

Rispetto al 2005 si è registrata una crescita dei viaggi nel Mezzogiorno (7 per cento), dovuta principalmente all'aumento significativo di viaggi brevi (da 1 a 3 notti) nelle regioni di quest'area (12,9 per cento). Al contrario al Centro si osserva un significativo aumento dei viaggi lunghi (4 o più notti; 13,2 per cento).

Per trascorrere le loro vacanze (Tab. 6) gli italiani prediligono il Nord (39,4 per cento la quota dell'area sul totale dei viaggi per vacanza) e il Mezzogiorno (25,6 per cento l'incidenza dell'area). In-

**Tab. 5 - Viaggiatori stranieri in Italia: spesa per area visitata e motivo principale del viaggio, 2006**  
(valori percentuali)

Regione visitata	Motivi personali di cui vacanze	Totale	Motivi di lavoro	Quote % delle aree visitate	Var. % 2005/2006
Nord-Ovest	40,9	66,2	33,8	24,8	11,9
Nord-Est	65,5	81,6	18,4	27,7	-2,5
Centro	60,6	81,1	18,9	30,2	6,6
Sud e isole	67,2	86,6	13,4	14,8	17,9
Dati non ripartibili	81,7	87,1	13,0	2,5	11,6
<b>Totale</b>	<b>58,6</b>	<b>78,5</b>	<b>21,5</b>	<b>100,0</b>	<b>6,7</b>

Fonte: elaborazioni CSC su dati UIC.

**Tab. 6 - Viaggi degli italiani per tipologia e destinazione principale, 2006**  
(composizioni percentuali)

Destinazione	Vacanza (1-3 notti)	Vacanza (4 o più notti)	Totale vacanza	Lavoro	Totale viaggi
<b>Italia</b>	<b>92,0</b>	<b>76,5</b>	<b>83,7</b>	<b>79,6</b>	<b>83,2</b>
Nord	48,2	31,9	39,4	39,4	39,4
Centro	23,4	14,6	18,7	25,9	19,7
Mezzogiorno	20,4	30,0	25,6	14,3	24,1
<b>Eestero</b>	<b>8,0</b>	<b>23,5</b>	<b>16,3</b>	<b>20,4</b>	<b>16,8</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: ISTAT, Indagine trimestrale 'Viaggi e vacanze' 2006 - Dati provvisori.

vece, i viaggi di lavoro sono stati per lo più effettuati nelle regioni del Nord (39,4 per cento) e del Centro (25,9 per cento).

I dati disaggregati per Regione sono aggiornati al 2004, anno in cui l'85 per cento dei viaggi degli italiani sul territorio nazionale è stato effettuato per motivi di vacanza, con una distri-

buzione uniforme tra viaggi lunghi e viaggi brevi (Tab. 7). Emilia-Romagna, Lombardia, Toscana e Lazio sono state le Regioni più visitate: complessivamente hanno ospitato il 39 per cento dei flussi turistici interni. Il Lazio e la Lombardia sono le Regioni più visitate per motivi di lavoro (ciascuna assorbe il 18 per cento del totale dei viaggi di lavoro realizzati internamente dagli italiani). Invece, Emilia Romagna e Toscana sono le mete preferite per viaggi a scopo di vacanza (rispettivamente 9,9 e 9,2 per cento del totale dei viaggi per vacanze realizzati internamente dagli italiani).

**Tab. 7 - Viaggi degli italiani in Italia per tipologia e Regione di destinazione, 2004**  
(composizioni percentuali e valori assoluti)

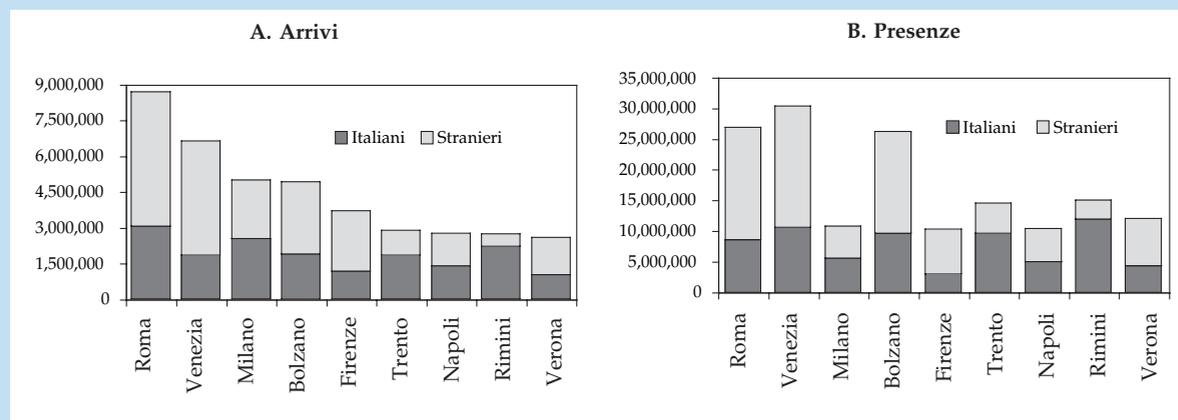
Regione di destinazione	Tipologia del viaggio			Numero totale viaggi
	Vacanza (1-3 notti)	Vacanza (4 o più notti)	Lavoro	
Emilia-Romagna	43,3	38,4	18,3	8.475
Lombardia	46,7	27,1	26,2	8.249
Toscana	49,0	37,0	14,0	7.523
Lazio	44,0	27,3	28,7	7.519
Campania	50,5	38,6	11,0	6.018
Liguria	50,6	43,6	5,8	5.904
Veneto	49,1	39,8	11,0	4.821
Trentino-Alto Adige	32,3	62,9	4,9	4.484
Sicilia	36,7	47,1	16,1	4.150
Piemonte	52,3	34,9	12,7	3.880
Puglia	27,2	65,0	7,7	3.844
Calabria	20,7	73,3	6,1	3.620
Sardegna	27,3	65,1	7,7	3.460
Abruzzo	52,3	39,5	8,2	2.723
Marche	37,0	39,0	23,9	2.492
Umbria	59,0	24,0	17,0	1.778
Friuli-Venezia Giulia	47,2	41,1	11,8	1.546
Valle d'Aosta	47,2	51,2	1,6	824
Basilicata	37,3	44,5	18,2	622
Molise	40,3	59,2	0,6	355
<b>Totale</b>	<b>43,2</b>	<b>42,2</b>	<b>14,6</b>	<b>82.290</b>

Fonte: ISTAT, Indagine trimestrale "Viaggi e vacanze".

A livello provinciale, Roma è stata la provincia più visitata in assoluto con 8,7 milioni di arrivi di cui due terzi stranieri. In termini di presenze il primato spetta però a Venezia dove, allo stesso modo, prevalgono gli arrivi stranieri (65 percento del totale presenze). La prevalenza di turisti stranieri è comune alle cosiddette "città d'arte" (Roma, Venezia e Firenze), mentre Milano e Trento registrano un flusso di arrivi prevalentemente di italiani.

**Fig. 1 - Le più importanti realtà turistiche in Italia, 2005**

(arrivi e presenze per provincia e provenienza; in milioni di unità)



Fonte: ISTAT.

### 3. La domanda *outbound* e le destinazioni internazionali preferite dagli italiani

Ciascun paese è, al tempo stesso, destinatario di flussi di viaggiatori in entrata (*inbound tourism*) e fonte da cui originano flussi di viaggiatori in uscita (*outbound tourism*). Si definisce, dunque, domanda *outbound* la quota di domanda turistica generata dai residenti di un paese ma rivolta al di fuori dei confini del paese stesso.

Con riferimento all'*outbound* internazionale, i dati dell'Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT) sull'origine dei flussi, indicano che il turismo internazionale è ancora relativamente concentrato nelle economie industrializzate dell'Europa, dell'Asia-Pacifico e delle Americhe. Ma, grazie all'aumento del reddito disponibile, molti paesi emergenti del Nord-Est e del Sud-Est asiatico, dell'Europa Centro-Orientale, del Medio-Oriente e del Sud-Africa hanno visto aumentare i loro flussi turistici in uscita. Nel 2005 la maggior parte delle aree ha registrato un incremento delle partenze turistiche come già nel 2004, quando si verificò un forte rimbalzo "tecnico" rispetto ai magri risultati degli anni immediatamente successivi all'11 settembre del 2001 (Tab. 1). Andando nel dettaglio delle macro-aree, l'Africa è l'area che ha conosciuto l'incremento relativo più elevato (8 per cento), seguita dal Medio-Oriente e dall'Asia e Pacifico (quasi 7 per cento).

Nel 2005, quasi l'80 per cento dei viaggi internazionali si realizza all'interno della stessa area geo-economica, nel senso che il paese di destinazione appartiene alla stessa area del paese di origine. Tuttavia, dopo il triennio di contrazione, i viaggi verso paesi esterni all'area di appartenenza sono tornati a crescere a ritmi superiori a quelli interni sia nel 2004 (16,7 per cento a fronte del 7,9 per cento) sia nel 2005 (6,4 per cento contro 4,7 per cento), com'è normale che sia in assenza di *shock* geo-politici (come quello dell'11 settembre 2001).

Nel 2006, la Germania ha confermato la prima posizione nella graduatoria dei *top spenders* mondiali, posto occupato nel 2003 dagli Stati Uniti. Nonostante l'ininterrotta ripresa della spesa turistica americana (3,3 per cento nel 2006), gli Stati Uniti restano fermi al secondo posto. Seguono il Regno Unito, la Francia, il Giappone e la Cina che ha conquistato il sesto posto occupato dall'Italia nel 2005. Tra le ultime posizioni vi sono paesi emergenti come Russia e Corea, ma anche tradizionali mercati di destinazione dei flussi turistici come il Canada (Tab. 2).

**Tab. 1 - Partenze internazionali per area geo-economica di origine**

	Partenze internazionali (valori in milioni)						Variazioni (%)		Quota (%)	
	1990	1995	2000	2003	2004	2005 <sup>1</sup>	2002/03	2003/4	2004/05 <sup>1</sup>	2005 <sup>1</sup>
<b>Totale mondo</b>	439,4	540,5	686,8	694,1	764,0	806,1	-1,8	10,1	5,4	100,0
da										
Europa	252,6	309,5	396,7	414,6	431,4	449,0	1,0	4,1	4,1	55,7
Asia e Pacifico	59,1	87,4	115,5	115,5	144,4	154,3	8,2	25,0	6,9	19,1
Americhe	100,3	108,9	131,5	116,1	130,2	137,1	-4,8	12,1	5,3	17,0
Medio Oriente	8,3	9,7	13,7	17,0	20,5	21,9	-2,1	20,6	6,8	2,7
Africa	10,0	12,9	16,5	17,7	18,8	20,3	1,1	6,2	8,0	2,5
Altro <sup>2</sup>	9,2	12,1	12,9	13,3	19,3	23,6	-	-	-	0,9
Stesse aree	350,8	430,6	540,9	561,1	605,5	634,1	-1,4	7,9	4,7	78,6
Altre aree	79,4	97,8	133,0	119,7	139,7	148,6	-3,5	16,7	6,4	18,4

<sup>1</sup> Dati non definitivi.

<sup>2</sup> Dati non riferibili a una specifica area di origine.

Fonte: elaborazioni CSC su dati OMT (*Tourism highlights*, 2006).

**Tab. 2 - I primi 10 paesi al mondo che spendono di più per viaggi all'estero**  
(miliardi di euro e variazioni percentuali)

Paese	Spesa turistica internazionale (miliardi di euro)		Variazioni (%)		Peso su totale spesa (%)
	2005	2006 <sup>1</sup>	2004/05	2005/06	2006 <sup>1</sup>
<b>Mondo</b>	<b>545,9</b>	<b>585,9</b>	<b>7,1</b>	<b>7,3</b>	<b>100,0</b>
Germania	59,9	59,6	3,9	-0,4	10,2
Stati Uniti	55,6	57,4	4,9	3,3	9,8
Regno Unito	48,0	49,9	5,5	4,0	8,5
Francia	24,6	24,9	5,9	1,3	4,2

<sup>1</sup> Dati non definitivi.

segue

**segue Tab. 2 - I primi 10 paesi al mondo che spendono di più per viaggi all'estero**  
(miliardi di euro e variazioni percentuali)

Paese	Spesa turistica internazionale (miliardi di euro)		Variazioni (%)		Peso su totale spesa (%)
	2005	2006 <sup>1</sup>	2004/05	2005/06	2006 <sup>1</sup>
Giappone	22,0	21,4	n.d.	-2,4	3,7
Cina	17,6	19,4	14,2	10,4	3,3
<b>Italia</b>	<b>18,0</b>	<b>18,4</b>	<b>9,3</b>	<b>2,1</b>	<b>3,1</b>
Canada	14,8	16,6	15,8	11,9	2,8
Russia	14,3	15,0	13,4	4,6	2,6
Corea	12,4	14,5	24,2	17,0	2,5

<sup>1</sup> Dati non definitivi.

Fonte: elaborazioni CSC su dati OMT.

Con riferimento all'*outbound* italiano, ossia ai flussi turistici che si generano dall'Italia, i dati dell'UIC rivelano che la quasi totalità (l'89,3 per cento) dei viaggi degli italiani all'estero effettuati nel 2006 ha avuto come meta un paese europeo: l'Unione europea assorbe quasi il 55 per cento dei flussi italiani in uscita, mentre oltre un terzo si indirizza verso un paese europeo ma esterno all'Unione (Tab. 3).

In termini di spesa degli italiani all'estero, al primo posto si confermano i paesi interni alla UE, mentre si ridimensiona l'incidenza relativa dei paesi europei extra-UE a vantaggio delle Americhe che salgono al secondo posto, area in cui gli italiani spendono il 17 per cento circa della spesa turistica complessiva.

Quanto alle mete preferite dagli italiani, nella graduatoria stilata in base al numero di viaggi effettuati nel 2006 (Tab. 4), con l'unica eccezione degli Stati Uniti (in nona posizione), ai primi dieci posti<sup>1</sup> figurano paesi europei, seguiti dagli "altri paesi asiatici" (cioè con l'esclusione di Cina, India e Giappone).

<sup>1</sup> È bene precisare che nella rilevazione UIC vengono conteggiati tra i viaggiatori anche i lavoratori stagionali e frontalieri e questo spiega il fatto che tra i primi posti figurano i paesi confinanti con l'Italia, come la Svizzera, la Francia e l'Austria.

**Tab. 3 - Viaggi degli italiani all'estero per area geo-economica, 2006***(migliaia di unità e milioni di euro, salvo diversa indicazione)*

Area visitata	Numero	%	Spesa	%
Europa - UE	27.877	54,8	9.782	53,2
Europa - extra-UE	17.536	34,5	2.141	11,6
Americhe	2.120	4,2	3.085	16,8
Africa	1.928	3,8	1.605	8,7
Asia	1.147	2,3	1.435	7,8
Oceania	131	0,3	284	1,5
Dati non ripartibili	139	0,3	69	0,4
<b>Totale</b>	<b>50.878</b>	<b>100,0</b>	<b>18.399</b>	<b>100,0</b>

*Fonte: elaborazioni CSC su dati UIC.*

Diversa, invece, la classifica stilata sulla base della spesa per paese visitato: il primato spetta alla Francia (con una quota di spesa del 12 per cento); seguono gli Stati Uniti, la cui incidenza sulla spesa complessiva è pari all'8,5 per cento; l'Asia-Altri, rispetto alla classifica del numero di viaggi, sale all'ottavo posto, mentre l'Africa al decimo.

A completamento dei dati UIC, i dati ISTAT consentono di analizzare anche i comportamenti e le caratteristiche dei viaggiatori.

A questo proposito, si precisa che fino al 1996 le statistiche italiane sul turismo erano limitate al segmento dell'offerta con i tradizionali dati sul movimento dei clienti presso gli esercizi ricettivi (arrivi e presenze) che se consentivano di seguire la congiuntura turistica, non permettevano di cogliere l'altro segmento turistico, la domanda dei viaggiatori<sup>2</sup>.

Dal 1997 l'ISTAT, oltre a fornire informazioni circa le modalità di effettuazione dei viaggi e le caratteristiche socio-demografiche dei turisti, conduce sistematicamente un'indagine trimestrale su

<sup>2</sup> È dal 1997 che l'ISTAT conduce, nell'ambito del *Sistema di indagini sociali Multiscopo*, l'indagine trimestrale telefonica CATI (Computer Assisted Telephone Interview) "Viaggi e vacanze".

**Tab. 4 - Le destinazioni internazionali preferite dagli italiani, 2006***(migliaia di unità e milioni di euro, salvo diversa indicazione)*

Classifica	Stato visitato	Numero di viaggi	%	Classifica	Stato visitato	Spesa	%
1	Svizzera	15.522	30,5	1	Francia	2.240	12,2
2	Francia	8.104	15,9	2	Stati Uniti	1.570	8,5
3	Austria	6.012	11,8	3	Spagna	1.415	7,7
4	Slovenia	3.309	6,5	4	Germania	1.276	6,9
5	Germania	2.527	5,0	5	Svizzera	1.089	5,9
6	Spagna	2.115	4,2	6	Austria	907	4,9
7	Regno Unito	1.083	2,1	7	Regno Unito	869	4,7
8	Grecia	1.005	2,0	8	Asia - Altri	815	4,4
9	Stati Uniti	900	1,8	9	Grecia	652	3,5
10	Croazia	793	1,6	10	Africa - Altri	606	3,3
11	Asia - Altri	754	1,5	11	Romania	498	2,7
12	Europa - Extra-UE - Altri	753	1,5	12	Egitto	446	2,4
13	Romania	715	1,4	13	Brasile	408	2,2
14	Egitto	623	1,2	14	America - Altri	392	2,1
15	Africa - Altri	550	1,1	15	Europa - Extra-UE - Altri	324	1,8
16	Olanda	495	1,0	16	Cina	319	1,7
17	Tunisia	461	0,9	17	Marocco	280	1,5
18	Repubblica Ceca	447	0,9	18	Tunisia	273	1,5
19	America - Altri	404	0,8	19	Olanda	267	1,5
20	Europa - UE - Altri	367	0,7	20	Croazia	260	1,4
	<b>Totale</b>	<b>50.878</b>	<b>100,0</b>		<b>Totale</b>	<b>18.399</b>	<b>100,0</b>

Fonte: elaborazioni CSC su dati UIC.

viaggi e vacanze degli italiani<sup>3</sup>, con l'obiettivo di quantificare e analizzare i flussi turistici dei residenti in Italia, sia all'interno del paese sia all'estero. Gli ultimi dati disaggregati con le caratteristiche della domanda sono aggiornati al 2004.

Dalle modalità di organizzazione del viaggio si possono ricavare informazioni sul contributo del turismo *outbound* al valore aggiunto interno. A questo riguardo si segnala che più del 38 per cento dei viaggi all'estero passa per le agenzie di viaggi (Tab. 5), in diminuzione rispetto al 2003 quando l'incidenza era pari al 41 per cento. Questo dato medio sintetizza situazioni alquanto differenziate tra le varie tipologie di viaggio: la percentuale di viaggi organizzati tramite ricorso agli operatori del settore passa dal 44 per cento per le vacanze lunghe al 23 per cento per quelle brevi. Infine, poco meno di un terzo dei viaggi di lavoro viene organizzato passando per le agenzie di viaggio.

Quanto al mezzo di trasporto scelto, circa il 56 per cento dei viaggi all'estero viene effettuato utilizzando l'aereo, un quarto tramite auto, mentre solo il 4 per cento con il treno (Tab. 6).

**Tab. 5 - Viaggi degli italiani all'estero per tipologia di organizzazione del viaggio, 2004**  
(composizioni percentuali)

Organizzazione	Tipologia del viaggio				
	Vacanza 1-3 notti	Vacanza 4 o più notti	Totale vacanza	Lavoro	Totale viaggi
Prenotazione diretta	32,2	32,3	32,3	38,8	33,5
Prenotazione presso agenzia	23,4	43,6	39,6	31,9	38,2
Nessuna prenotazione	43,1	23,2	27,1	22,9	26,3
Non sa/non risponde	1,3	0,9	1,0	6,3	2,0
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: ISTAT, Indagine trimestrale "Viaggi e vacanze".

<sup>3</sup> Nel 1995, il Consiglio dell'Unione europea ha adottato la Direttiva 95/57/CE con lo scopo di realizzare un sistema di informazione statistica sul turismo che sia armonizzato nella raccolta e diffusione dei dati statistici sull'offerta e sulla domanda turistica nell'ambito degli Stati membri.

**Tab. 6 - Viaggi degli italiani all'estero per principale mezzo di trasporto utilizzato, 2004**  
(composizioni percentuali)

Mezzi di trasporto	Tipologia del viaggio				
	Vacanza 1-3 notti	Vacanza 4 o più notti	Totale vacanza	Lavoro	Totale viaggi
Aereo	37,4	57,2	53,3	69,5	56,3
Treno	4,1	4,5	4,4	2,3	4,0
Nave (a)	1,9	7,9	6,7	1,0	5,7
Auto (b)	42,5	21,0	25,2	23,1	24,8
Pullman (c)	12,3	6,3	7,5	2,7	6,6
Camper, autocaravan	1,9	2,9	2,7	0,2	2,2
Altro (d)	-	0,2	0,2	1,2	0,4
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

(a) per "nave" si intende: nave, battello, motoscafo;

(b) per "auto" si intende: auto propria, di parenti o amici o a noleggio;

(c) per "pullman" si intende: pullman turistico o di linea;

(d) per "altro" si intende: altri mezzi di trasporto non altrove specificati inclusi moto, motoscooter, bicicletta, ecc.

Fonte: ISTAT, *Indagine trimestrale "Viaggi e vacanze"*.

## 4. Gli altri indicatori di domanda

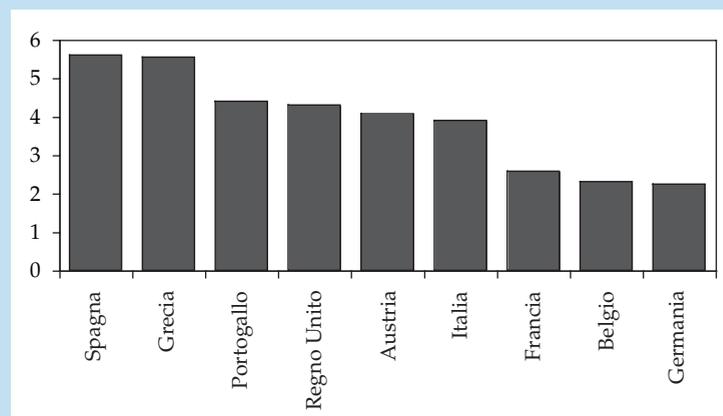
Un aspetto rilevante della domanda turistica è la durata del soggiorno nel paese visitato. L'indicatore convenzionalmente utilizzato per misurarla è la permanenza media data dal rapporto tra il numero di notti trascorse (presenze) e il numero di clienti arrivati nella struttura ricettiva (arrivi).

Da un confronto internazionale relativo al 2005 emerge che in Italia l'indicatore della permanenza media è più basso rispetto ai concorrenti tradizionali nel turismo balneare, ma è superiore a quello di Francia e Germania (Fig. 1).

Va notato però che i dati ISTAT sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi italiani sembrano indicare che i flussi turistici verso l'Italia si stiano sempre più orientando verso soggiorni di medio-breve durata.

Infatti, con visitatori sempre più numerosi in termini di arrivi la permanenza media è passata da 4,2 notti del 2002 a 4 del 2005 (Fig. 2). L'ulteriore abbassamento subito dall'indicatore nel 2005 è spiegato dal fatto che gli arrivi sono cresciuti ad una velocità più che doppia rispetto alle presenze (7,7 percento a fronte del 2,9). Negli anni passati invece si era avuto un continuo calo delle presenze associato a un incremento sia pure modesto degli arrivi<sup>1</sup>. Merita di essere segnalato,

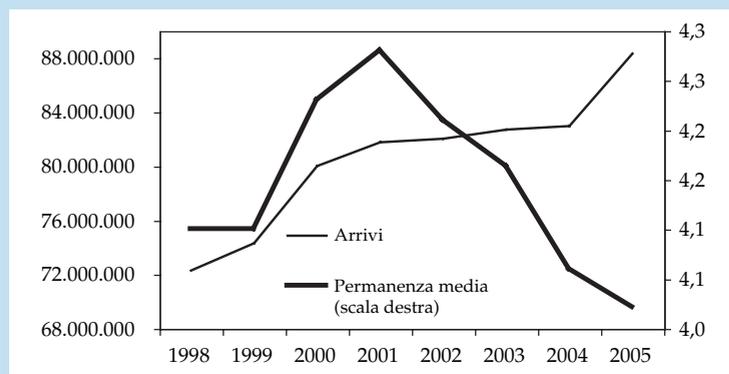
**Fig. 1 - Permanenza media dei turisti internazionali nelle strutture ricettive, 2005**  
(numero di notti)



Fonte: elaborazioni CSC su dati Eurostat.

<sup>1</sup> Generalmente la causa della tendenza negativa della durata media dei soggiorni è identificata nell'incertezza legata all'instabilità geopolitica a livello mondiale dopo gli attentati dell'11 settembre 2001.

**Fig. 2 - Arrivi e permanenza media in Italia nel complesso degli esercizi ricettivi**  
(numero; notti)



Fonte: elaborazioni CSC su dati ISTAT.

però, che nel 2005 il numero delle notti trascorse negli esercizi ricettivi è risultato pari a 355,3 milioni superando il massimo storico registrato nel 2001.

Per una migliore comprensione del fenomeno in atto è utile disaggregare i dati tra clienti esteri e clienti italiani. Un dato strutturale importante è che gli italiani sono numericamente superiori agli stranieri sia in termini di arrivi (31 per cento) sia di presenze (39 per cento; Fig. 3). Un altro dato di rilievo è che la permanenza media degli italiani è, sia pur lie-

vemente, più alta di quella dei turisti stranieri (nel 2005 è stata pari al 4,12 a fronte del 3,89).

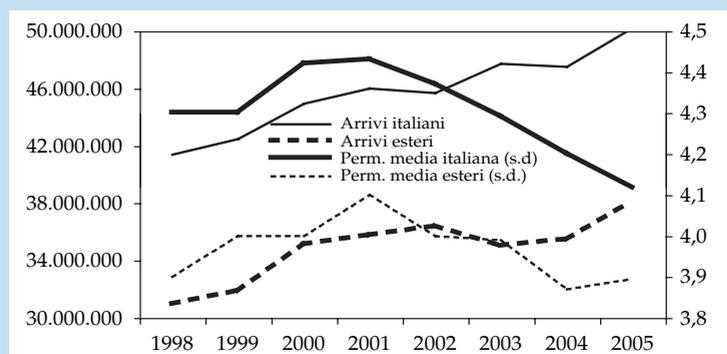
Il dato confortante che emerge è che il calo della permanenza media totale verificatosi tra il 2004 e il 2005 è da addebitare esclusivamente ai turisti italiani (da 4,20 a 4,12 notti), mentre i clienti di nazionalità straniera hanno aumentato di poco la durata del loro soggiorno rispetto al 2004 (da 3,87 a 3,89 notti).

Per entrambe le tipologie di turisti vi è stato un recupero sia degli arrivi sia delle presenze rispetto al 2004. Ciò nonostante, l'indicatore di permanenza media degli italiani ha continuato a ridursi rispetto al 2004, essendo stato il ritmo di crescita degli arrivi tre volte più elevato di quello delle presenze.

Quanto alla disaggregazione per struttura ricettiva, si rileva come il recupero delle presenze (Fig. 4) e degli arrivi abbia interessato nel 2005 anche gli esercizi complementari, che avevano accusato un calo di entrambi gli indicatori nel 2004<sup>2</sup>. Da un punto di vista strutturale, gli arrivi pres-

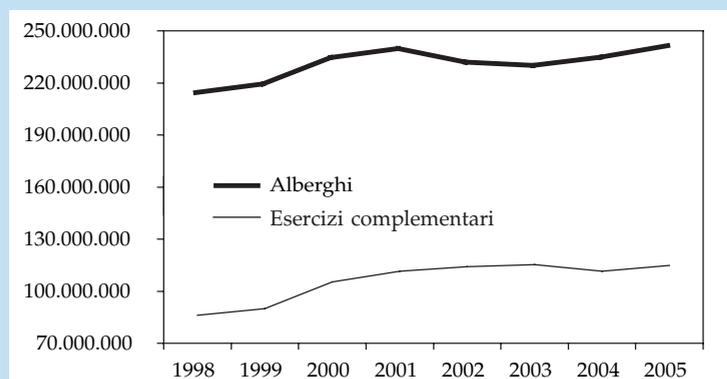
<sup>2</sup> Per esercizi complementari si intendono gli alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale, i campeggi ed i villaggi turistici, gli alloggi agro-turistici, gli ostelli per la gioventù, le case per ferie, i rifugi alpini e gli «altri esercizi» ricettivi non altrove classificati.

**Fig. 3 - Arrivi e permanenza media in Italia per nazionalità nel complesso degli esercizi ricettivi (numero; notti)**



Fonte: elaborazioni CSC su dati ISTAT.

**Fig. 4 - Presenze in alberghi ed esercizi complementari italiani (numero)**



Fonte: elaborazioni CSC su dati ISTAT.

so gli alberghi continuano ad essere nettamente prevalenti (oltre quattro volte superiori a quelli degli altri esercizi). Gli alberghi detengono il primato anche in termini di presenze (oltre due volte superiori). La permanenza media è invece maggiore negli esercizi complementari (7,1 notti) più che doppia rispetto a quella degli alberghi (3,3 notti). Tale divario è spiegato presumibilmente dai prezzi inferiori praticati dagli esercizi complementari che fanno leva sulla durata del soggiorno per incrementare le loro entrate<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> Tuttavia, la competitività di prezzo di tale canale di offerta dipende anche dalle agevolazioni fiscali e normative quali, ad esempio, quelle sulla sicurezza.

## 5. La struttura dell'offerta turistica

Il sistema molto articolato delle imprese per il turista dimostra quanto sia ampio e trasversale il settore nell'economia. Per poterlo analizzare dal punto di vista dell'offerta è essenziale dunque circoscrivere il campo di osservazione ai principali comparti (e operatori) a vocazione turistica. L'analisi più aggiornata delle strutture disponibili sul territorio nazionale per il turista si basa sui dati del Registro delle Imprese gestito dalle Camere di Commercio e presso il quale le imprese hanno l'obbligo di iscrizione: questi dati sono poi rilevati e forniti da Unioncamere - Infocamere<sup>1</sup>.

Tra le attività economiche rilevanti per il turista (cfr. Appendice 2), gli alberghi e i ristoranti presentano il più elevato numero di imprese registrate<sup>2</sup> al primo trimestre 2007 (più di 299 mila, pari al 79,8 per cento del totale).

Dello stock di imprese attive<sup>3</sup> del settore "alberghi e ristoranti", quelle che dal 2000 al 2006 hanno registrato un tasso di crescita medio annuo maggiore sono sia le strutture di ospitalità diverse da quelle alberghiere, meno tradizionali, sia gli esercizi di ristorazione. Gli operatori di entrambi i comparti registrano inoltre tassi di attività superiori alla media del settore e pressoché costanti nel tempo.

Analizzando la consistenza delle imprese complementari al turismo (incluse nella categoria "servizi per il turista"), in Italia risultano registrate oltre 26 mila operatori che offrono servizi di trasporto in taxi, circa 22 mila che noleggiavano mezzi di trasporto, e 14 mila con licenza di agenzie di viaggio e *tour operator*. Per i tassisti in particolare è da segnalare l'alto livello di attività: quasi la totalità di quelli registrati sono regolarmente attivi.

---

<sup>1</sup> Unioncamere-Infocamere, mediante la banca dati Movimprese, fornisce l'analisi statistica trimestrale della nati-mortalità di tutti i soggetti economici tenuti all'iscrizione presso il Registro delle Imprese di tutte le Camere di Commercio italiane. Movimprese rileva la numerosità e la distribuzione sul territorio provinciale, regionale e nazionale di tali operatori, analizzando i fenomeni demografici per settore di attività economica e per tipologia di forma giuridica. Cfr. <http://www.infocamere.it/movimprese.htm>

<sup>2</sup> Movimprese definisce registrata un'impresa presente in archivio e non cessata, indipendentemente dallo stato di attività assunto (attiva, inattiva, sospesa, in liquidazione, fallita).

<sup>3</sup> Sono attive quelle imprese registrate che risultano operative, esercitano regolarmente l'attività e non sono sottoposte ad alcuna procedura concorsuale.

Gli altri operatori rilevanti per il turismo, quelli dedicati all'offerta di servizi di svago, divertimento, sportivi, di benessere psico-fisico del turista sono i più dinamici e quasi tutti presentano tassi di attività superiori al 90 per cento (Tab. 1).

**Tab. 1 - Imprese registrate e attive rilevanti per il turista**

(valori assoluti e percentuali)

Attività economica	Imprese registrate			Imprese attive			Tasso di attività <sup>1</sup>	
	2000	I trim. 2007	Tasso di crescita medio annuo 2000-2006	2000	I trim. 2007	Tasso di crescita medio annuo 2000-2006	2000	I trim. 2007
<b>Offerta ricettiva</b>								
H 55 - Alberghi e ristoranti	262.409	299.443	2,2	226.964	258.551	2,2	86,5	86,3
H 55.1 - Alberghi, hotel, pensioni	27.832	29.864	1,3	24.668	26.638	1,3	88,6	89,2
H 55.2 - Ostelli della gioventù, rifugi di montagna, campeggi e altri alloggi per brevi soggiorni	9.046	12.316	5,2	8.453	11.628	5,4	93,4	94,4
<b>Offerta enogastronomica</b>								
H 55.3 - Ristorazione	72.852	99.203	5,2	65.514	87.563	4,9	89,9	88,3
H55.4 - Bar e caffetterie, birrerie, pub, enoteche e altri esercizi simili senza cucina	136.299	145.422	1,1	123.418	129.074	0,8	90,5	88,8
H 55.5 - Mense, catering e banqueting	2.502	2.808	2,6	2.060	2.355	2,3	82,3	83,9
<b>Servizi per il turista</b>								
I 60.22 - Trasporti con taxi	23.180	26.054	1,9	22.927	25.762	1,9	98,9	98,9
I 61 - Trasporti marittimi e per vie d'acqua	2.127	2.210	0,7	1.515	1.666	1,7	71,2	75,4
I 63.3 - Agenzie di viaggio e altri intermediari del turismo, <i>tour operator</i> , assistenza turistica, guide e accompagnatori turistici	9.897	14.005	5,9	8.151	11.937	6,5	82,4	85,2
K 71 - Noleggio di macchinari e attrezzature senza operatore	17.192	21.761	4,1	15.040	19.472	4,5	87,5	89,5
<b>Attività ricreative, culturali e sportive e altri servizi</b>								
O92.33 - Gestione parchi di divertimento, luna park e simili; gestione trasporto passeggeri a fini ricreativi	268	839	20,5	247	769	20,4	92,2	91,7

segue

**segue Tab. 1 - Imprese registrate e attive rilevanti per il turista**  
(valori assoluti e percentuali)

Attività economica	Imprese registrate			Imprese attive			Tasso di attività <sup>1</sup>	
	2000	I trim. 2007	Tasso di crescita medio annuo 2000-2006	2000	I trim. 2007	Tasso di crescita medio annuo 2000-2006	2000	I trim. 2007
O92.34.11 - Discoteche, sale da ballo, night club e simili	1.472	2.661	10,3	1.116	2.024	10,4	75,8	76,1
O92.52/53 - Gestione musei, patrimonio culturale e naturale	600	657	1,5	555	599	1,3	92,5	91,2
O92.72.1 - Stabilimenti balneari, attività ricreative e noleggio di cabine e altre attrezzature	2.936	5.063	9,7	2.848	4.781	9,2	97,0	94,4
O 93.04 - Centri per il benessere fisico e stabilimenti idropinici e idrotermali	1.360	2.613	11,5	1.234	2.342	11,3	90,7	89,6

<sup>1</sup> Il tasso di natalità è calcolato rapportando il numero di imprese attive e quelle registrate.

Fonte: elaborazioni CSC su dati Infocamere.

Il dinamismo d'impresa nel turismo emerge anche dall'analisi dei tassi di natalità e mortalità degli operatori del settore. Nei primi tre mesi del 2007 i tassi di natalità di tutti gli operatori nei settori dei servizi (con l'eccezione dei tassisti) risultano più bassi dei tassi di mortalità. La differenza tra i due tassi, espressa dal tasso di sviluppo, è dunque negativa con valori compresi, in quasi tutti i comparti di interesse, tra -0,3 e -1,7 punti percentuali; Tab. 2).

Tra il 2000 e il 2006, è evidente che nella gran parte dei settori relativi all'offerta ricettiva e all'enogastronomia e nella gestione di parchi e musei si è sempre registrato un tasso di mortalità più elevato di quello di natalità delle imprese. Nell'ambito dell'offerta ricettiva, il tasso netto di natalità per "ostelli", "rifugi e altri esercizi del comparto" è, invece, positivo nel 2006 (con il tasso di sviluppo più elevato e pari al 2,6 per cento) e nel 2000. Il trasporto con taxi e le agenzie di viaggio mostrano tassi di nascita di nuove iniziative imprenditoriali più elevati dei tassi di cessazione delle medesime attività.

Un passaggio fondamentale per comprendere l'offerta turistica di un paese è l'analisi delle strutture ricettive ufficiali. L'ISTAT individua due tipi di alloggi disponibili sul territorio per il turista:

- le strutture ricettive collettive (alberghi ed esercizi complementari);

- gli alloggi privati in affitto, gestiti non imprenditorialmente (*bed and breakfast* e altre abitazioni o stanze); o in uso gratuito costituiti da abitazioni di proprietà o multiproprietà, nonché da abitazioni di parenti e amici<sup>4</sup>.

Secondo l'indagine sulla "Capacità degli esercizi ricettivi" condotta dall'ISTAT<sup>5</sup> mostra che tra il 2000 e il 2005 (ultimi dati disponibili) l'offerta ricettiva complessiva è cresciuta mediamente del 2 per cento annuo, passando da 117.219 a circa 130 mila unità. In questo arco di tempo, seppure non molto esteso, è mutata la composizione dell'offerta (Fig. 1): si è ridotto, in termini relativi, il peso degli esercizi alberghieri e complementari, contestualmente è aumentata la quota di *bed and breakfast*. L'offerta di alloggi in affitto non gestiti imprenditorialmente è andata progressivamente aumentando negli ultimi anni raggiungendo l'8 per cento circa del totale, superando le oltre 10 mila unità (Tab. 3).

**Tab. 2 - Tassi di natalità, mortalità e di sviluppo<sup>1</sup> degli operatori turistici**  
(valori percentuali)

Attività economica	Tasso lordo di natalità			Tasso di mortalità			Tasso netto di natalità		
	2000	2006	I trim. 2007	2000	2006	I trim. 2007	2000	2006	I trim. 2007
<b>Offerta ricettiva</b>									
H 55 - Alberghi e ristoranti	5,0	5,1	1,6	5,9	6,6	2,7	-0,9	-1,5	-1,1
H 55.1 - Alberghi, hotel, pensioni	1,7	2,0	0,6	3,8	4,3	1,8	-2,2	-2,2	-1,2
H 55.2 - Ostelli della gioventù, rifugi di montagna, campeggi e altri alloggi per brevi soggiorni	5,5	6,8	1,5	4,0	4,2	2,1	1,5	2,6	-0,6
<b>Offerta enogastronomica</b>									
H 55.3 - Ristorazione	5,3	5,1	1,7	5,9	6,3	2,6	-0,7	-1,3	-0,9
H55.4 - Bar e caffetterie, birrerie, pub, enoteche e altri esercizi simili senza cucina	5,3	5,9	1,9	6,5	7,5	3,1	-1,2	-1,6	-1,2
H 55.5 - Mense, <i>catering</i> e <i>banqueting</i>	3,6	3,4	0,9	3,6	5,8	2,5	0,0	-2,5	-1,7

*segue*

<sup>4</sup> La distinzione è contenuta nell'Indagine ISTAT (2006), *Viaggi e vacanze*.

<sup>5</sup> Si tratta di una rilevazione censuaria condotta annualmente con l'obiettivo di fotografare, al 31 dicembre di ogni anno, la consistenza degli esercizi alberghieri, complementari inclusi i *bed and breakfast* conformemente alla direttiva del Consiglio dell'Unione europea sul turismo (direttiva n. 95/57/Ce del 23 novembre 1995).

**segue Tab. 2 - Tassi di natalità, mortalità e di sviluppo<sup>1</sup> degli operatori turistici**  
(valori percentuali)

Attività economica	Tasso lordo di natalità			Tasso di mortalità			Tasso netto di natalità		
	2000	2006	I trim. 2007	2000	2006	I trim. 2007	2000	2006	I trim. 2007
<b>Servizi per il turista</b>									
I 60.22 - Trasporti con taxi	5,6	5,7	1,9	5,2	4,7	1,6	0,4	1,0	0,3
I 61 - Trasporti marittimi e per vie d'acqua	4,3	2,4	0,9	4,2	5,0	1,7	0,1	-2,7	-0,8
I 63.3 - Agenzie di viaggio e altri intermediari del turismo, <i>tour operator</i> , assistenza turistica, guide e accompagnatori turistici	5,5	4,9	1,5	3,3	4,5	2,0	2,3	0,4	-0,5
K 71 - Noleggio di macchinari e attrezzature senza operatore	10,1	7,2	1,9	7,6	8,5	3,6	2,6	-1,3	-1,7
<b>Attività ricreative, culturali e sportive e altri servizi</b>									
O92.33 - Gestione parchi di divertimento, luna park e simili; gestione trasporto passeggeri a fini ricreativi	3,7	2,4	0,6	4,4	4,9	2,0	-0,7	-2,5	-1,4
O92.34.11 - Discoteche, sale da ballo, night clubs e simili	3,8	1,5	2,3	2,9	1,5	2,6	1,0	0,0	-0,3
O92.52/53 - Gestione musei, patrimonio culturale e naturale	2,8	2,3	1,4	4,8	4,6	2,0	-2,0	-2,3	-0,6
O92.72.1 - Stabilimenti balneari, attività ricreative e noleggio di cabine e altre attrezzature	3,0	2,7	0,4	3,2	3,7	1,4	-0,2	-1,0	-1,0
O 93.04 - Centri per il benessere fisico e stabilimenti idropinici e idrotermali	12,3	5,6	1,7	4,6	5,7	3,3	7,6	0,0	-1,6

<sup>1</sup> Definizioni nel glossario.

Fonte: elaborazioni CSC su dati Infocamere.

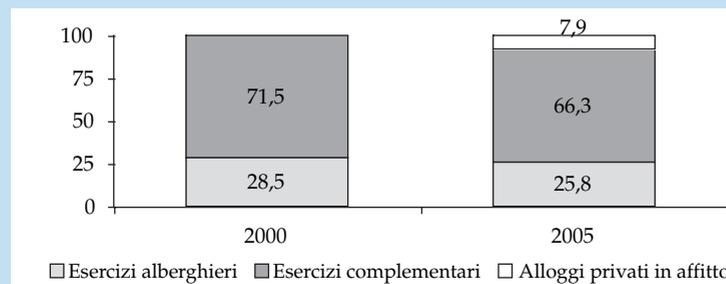
Il sistema alberghiero ha operato un significativo processo di razionalizzazione a partire dai primi anni Novanta: dal 1992, il numero di alberghi è progressivamente diminuito al 1999, passando da 35.371 a 33.341 unità. Oltre duemila alberghi in meno in sette anni. Tale processo ha determinato una sostanziale stabilità del numero di esercizi alberghieri a essere sostanzialmente stabile nell'ultimo quinquennio, passando dalle 33.361 unità del 2000 alle 33.527 del 2005, con una variazione

dello 0,5 percento (Tab. 3). Mentre è risultato più dinamico il comparto degli esercizi complementari, con un incremento più sostenuto e pari al 2,7 percento.

Il processo di razionalizzazione ha favorito una maggiore pianificazione dell'offerta, incentivando gli esercizi a stipulare accordi con intermediari, *tour operator* e agenzie di viaggio, in modo tale da ridurre l'elevata stagionalità dei flussi<sup>6</sup>.

In questi ultimi anni si è verificato, inoltre, l'*upgrading* delle categorie inferiori con il conseguente spostamento dell'offerta alberghiera verso fasce di medio-alto livello. All'*upgrading* hanno contribuito due fattori principali. Da un lato, lo slittamento della domanda verso servizi alberghieri di livello superiore: i turisti che scelgono una sistemazione in hotel tendono a rivolgersi a strutture in grado di garantire una certa qualità del servizio; quelli più attenti al prezzo hanno la possibilità di avvalersi di strutture di diversa tipologia. Questo spiega in parte lo sviluppo negli ultimi anni di alcuni esercizi complementari come gli agriturismi e i *bed and breakfast* (Tab. 3). Dall'altro, le strutture di bassa categoria dispongono di minori risorse finanziarie da investire in attività promozionali e nella costruzione di una rete di collegamenti con *tour operator* e altri intermediari<sup>7</sup>. In conseguenza di ciò, le strutture alberghiere a 1 e 2 stelle sono state chiuse o sono passate a una categoria superiore a seguito di ristrutturazioni e nuovi investimenti per l'ampliamento dei servizi offerti alla clientela. Gli operatori alberghieri tendono, per esempio, a realizzare aree o sale per fitness e sport, per il benessere e il divertimento cercando, non solo di rispondere maggiormente alle esigenze della clientela, ma anche di ridurre la stagionalizzazione dei flussi<sup>8</sup>.

**Fig. 1 - Composizione dell'offerta**  
(valori percentuali)



Fonte: elaborazioni CSC su dati ISTAT.

<sup>6</sup> Touring Club Italiano (2000), *L'annuario del turismo*, Milano.

<sup>7</sup> Banca IMI (a cura di, 2007), *Le nuove sfide del turismo globale*, Il Sole 24 Ore, Milano.

<sup>8</sup> Becheri G. e Lovelock A. (2007), "Gli alberghi fra tradizione e innovazione" in *Rapporto sul Turismo Italiano, 2006-2007*, Mercuri srl, Firenze.

**Tab. 3 - L'offerta ricettiva per categoria e tipo di esercizio**

Categorie e tipi di esercizio	Numero 2005	Quote %	Numero 2000	Quote %	Variazioni % 2005/2000
<b>Esercizi Alberghieri</b>	<b>33.527</b>	<b>100,0</b>	<b>33.361</b>	<b>100,0</b>	<b>0,5</b>
Alberghi di 5 stelle e 5 stelle lusso	232	0,7	131	0,4	77,1
Alberghi di 4 stelle	3.673	11,0	2.709	8,1	35,6
Alberghi di 3 stelle	14.496	43,2	12.440	37,3	16,5
Alberghi di 2 stelle	7.918	23,6	9.491	28,4	-16,6
Alberghi di 1 stella	5.042	15,0	6.960	20,9	-27,6
Residenze turistico alberghiere	2.166	6,5	1.630	4,9	32,9
<b>Esercizi Complementari</b>	<b>86.131</b>	<b>100,0</b>	<b>83.858</b>	<b>100,0</b>	<b>2,7</b>
Campeggi e villaggi turistici	2.411	2,8	2.376	2,8	1,5
Alloggi in affitto <sup>1</sup>	68.385	79,4	68.933	82,2	-0,8
Alloggi agro-turistici	11.758	13,7	6.816	8,1	72,5
Ostelli per la gioventù	376	0,4	-	-	-
Case per ferie	1.637	1,9	-	-	-
Rifugi alpini	855	1,0	-	-	-
Altri esercizi ricettivi <sup>2</sup>	709	0,8	5.733	6,8	-87,6
<b>Bed and breakfast</b>	<b>10.278</b>	<b>-</b>	<b>(4.338)<sup>3</sup></b>	<b>-</b>	<b>136,9<sup>3</sup></b>
<b>Totale</b>	<b>129.936</b>	<b>-</b>	<b>117.219</b>	<b>-</b>	<b>10,8</b>

<sup>1</sup> Si tratta degli alloggi in affitto iscritti al REC e gestiti in forma imprenditoriale. Essi includono: le case e appartamenti per vacanze, gli esercizi affittacamere, le attività ricettive in esercizi di ristorazione, le unità abitative ammobiliate per uso turistico, i residence e le locande.

<sup>2</sup> Includono altre tipologie di alloggio da quelle elencate in precedenza e che sono contemplate dalle varie leggi regionali.

<sup>3</sup> Primo dato disponibile risale al 2002. La variazione calcolata è relativa al periodo 2005/2002.

Fonte: elaborazioni CSC su dati ISTAT.

La riqualificazione di queste strutture si è riflessa soprattutto nell'aumento sia del numero di alberghi di medio livello sia del loro peso relativo nel comparto. Tra il 2000 e il 2005 gli alberghi a tre stelle sono aumentati, infatti, del 16,5 per cento e la loro quota sul totale è cresciuta di sei punti percentuali, passando dal 37 al 43 per cento; la stessa tendenza si registra per gli alberghi a 4 stelle. La riduzione del numero di esercizi persi nelle categorie a 1 e 2 stelle è stata compensata dalle categorie superiori e l'offerta alberghiera è qualitativamente migliorata (Tab. 3).

È altrettanto rilevante l'incremento delle strutture alberghiere di alto livello: in particolare, quelle di lusso a 5 stelle rappresentano la tipologia ricettiva che in assoluto ha fatto registrare l'incremento maggiore (77 per cento), pur rimanendo un segmento esiguo del comparto (nel 2005 rappresentano lo 0,7 per cento del totale alberghi).

Tra gli esercizi complementari, l'aumento maggiore (72,5 per cento) si è verificato per gli alloggi agro-turistici in seguito anche alla loro regolamentazione a livello regionale.

La regolamentazione e il conseguente inserimento dal 2002 dei *bed and breakfast* nelle statistiche ufficiali hanno favorito l'affermarsi di questa formula tipica dei paesi anglosassoni. In soli tre anni, il loro numero è più che raddoppiato a testimonianza anche della necessità di garantire un'offerta di ospitalità di qualità a prezzi contenuti.

## 6. La capacità ricettiva

La capacità ricettiva delle strutture turistiche è in Italia equamente ripartita tra esercizi alberghieri e complementari (inclusi i *bed and breakfast*). Secondo gli ultimi dati ISTAT, le strutture alberghiere offrono al turista 1 milione di camere e 2 milioni di posti letto, gli esercizi complementari e i *bed and breakfast* altri 2 milioni di posti letto (Tab. 1). Quanto agli alberghi, la tendenza di questi ultimi anni fa rilevare una sostanziale staticità del comparto in relazione al numero di esercizi, a fronte di un aumento di camere e letti, rispettivamente del 5,6 e del 9,4 per cento tra il 2000 e il 2005.

Tab. 1 - Capacità ricettiva per tipologia di esercizio

Categorie e tipo di esercizio	Camere			Letti		
	2000	2005	Variazioni % 2000/2005	2000	2005	Variazioni % 2000/2005
<b>Esercizi Alberghieri</b>	<b>966.138</b>	<b>1.020.478</b>	<b>5,6</b>	<b>1.854.101</b>	<b>2.028.452</b>	<b>9,4</b>
Alberghi di 5 stelle e 5 stelle lusso	12.617	20.686	64,0	24.274	43.150	77,8
Alberghi di 4 stelle	190.124	247.358	30,1	372.822	502.306	34,7
Alberghi di 3 stelle	439.066	483.174	10,0	833.992	943.597	13,1
Alberghi di 2 stelle	183.224	142.033	-22,5	332.071	265.189	-20,1
Alberghi di 1 stella	90.952	64.144	-29,5	162.637	116.821	-28,2
Residenze turistico alberghiere	50.155	63.083	25,8	128.305	157.389	22,7
<b>Esercizi Complementari</b>	-	-	-	<b>2.055.897</b>	<b>2.322.081</b>	<b>12,9</b>
Campeggi e villaggi turistici	-	-	-	1.314.010	1.344.242	2,3
Alloggi in affitto	-	-	-	467.933	594.078	27,0
Alloggi agro-turistici	-	-	-	77.171	139.954	81,4
Ostelli per la gioventù	-	-	-	n.d.	21.386	n.d.
Case per ferie	-	-	-	n.d.	101.778	n.d.
Rifugi alpini	-	-	-	n.d.	28.766	n.d.
Altri esercizi ricettivi	-	-	-	196.783	38.929	-80,2
<i>Bed and breakfast</i>	-	-	-	(19.398 <sup>1</sup> )	52.948	172,3 <sup>1</sup>
<b>Totale esercizi ricettivi</b>	<b>966.138</b>	<b>1.020.478</b>	<b>5,6</b>	<b>3.909.998</b>	<b>4.350.533</b>	<b>11,3</b>

<sup>1</sup> Il primo dato disponibile risale al 2002. La variazione perciò è relativa al periodo 2002/2005.

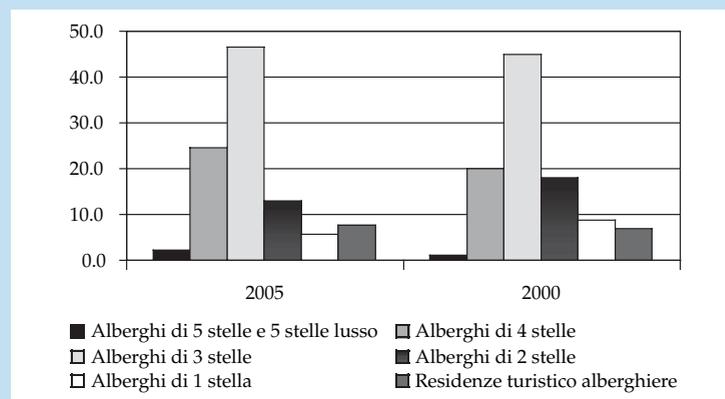
Fonte: elaborazioni CSC su dati ISTAT.

Tuttavia, la dinamica interna alla distribuzione delle strutture alberghiere per stelle si è riflessa anche nella capacità ricettiva, modificandone la struttura. Le camere e i letti degli alberghi a 1 e a 2 stelle si sono significativamente ridotti del 20-30 per cento, mentre la capacità ricettiva delle categorie medio-alte si è ampliata notevolmente, con un picco per gli alberghi di lusso (5 stelle) dove il numero di camere e di letti è cresciuto a un tasso del 10-12 per cento all'anno. Il cambiamento nella capacità ricettiva del comparto emerge anche dalla Fig. 1 sulla distribuzione dei letti per tipologia di struttura: dal 2000, i letti (ma lo stesso vale per le camere) degli esercizi a 1 e a 2 stelle hanno ridotto il loro peso relativo nel comparto di 3-5 punti percentuali, assorbito principalmente dagli alberghi a 4 stelle.

L'offerta alberghiera è caratterizzata da una forte stagionalità e da sottoutilizzazione delle strutture ricettive. Entrambe queste caratteristiche emergono dall'analisi dell'indice - calcolato dall'ISTAT - del grado di utilizzo netto della capacità ricettiva alberghiera per mese<sup>2</sup>. Nel 2005 l'indice è risultato pari al 40,1 per cento, solo 2,6 punti in meno del dato del 2000, anno di picco per il turismo italiano in relazione alla celebrazione del Giubileo, ma sostanzialmente in linea con i dati dell'ultimo quinquennio.

In linea generale, dunque, al netto dei periodi in cui rimangono chiuse perché stagionali, in fase di ristrutturazione o per altri motivi, le strutture ricettive in media risultano utilizzate molto

**Fig. 1 - Distribuzione dei letti per struttura alberghiera**  
(valori percentuali)



Fonte: elaborazioni CSC su dati ISTAT.

<sup>2</sup> L'ISTAT calcola due indici di utilizzazione della capacità ricettiva alberghiera, lorda e netta. L'indice è dato dal rapporto tra presenze registrate negli esercizi e la disponibilità di letti negli stessi: l'indice è di utilizzazione "netta" se la disponibilità è riferita alle giornate di effettiva apertura degli esercizi; è di utilizzazione "lorda" se riferita al numero delle giornate al lordo delle chiusure stagionali.

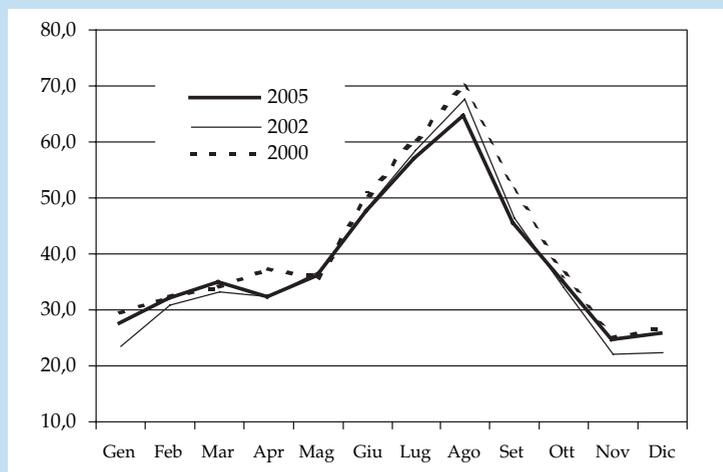
meno delle loro effettive possibilità. Se poi si esaminano i valori dell'indice per mese (Fig. 2), si nota la forte stagionalità nell'utilizzazione delle strutture nel corso degli anni. Ogni anno i mesi di maggiore utilizzazione sono quelli estivi (giugno-settembre), durante i quali, tuttavia, l'utilizzazione non è mai piena, al massimo raggiunge il 65-70 per cento ad agosto. Novembre, invece, è il mese di minor grado di utilizzo (pari al 24,4 per cento nel 2005).

Quanto agli esercizi complementari, i dati sulla capacità ricettiva riflettono gli andamenti registrati relativamente al numero di strutture: negli ultimi cinque anni risulta molto sostenuto l'incremento di posti letto offerti dagli alloggi agro-turistici (superiore all'80 per cento) e più che raddoppiato - nel triennio 2002-2005

- il numero di letti presso i *bed and breakfast*. In valori assoluti, queste due tipologie di strutture hanno creato oltre 96 mila posti letto in più che, aggiunti agli oltre 126 mila offerti dagli alloggi dati in locazione, hanno contribuito in modo determinante all'ampliamento della capacità ricettiva degli esercizi complementari, compensando il ridimensionamento registrato dalla tipologia residuale "altri esercizi".

Uno degli elementi di distinzione tra esercizi alberghieri e quelli complementari è la dimensione (Tab. 2): i primi risultano avere oltre 60 posti letto per esercizio, mentre i secondi solo 26 per esercizio nel 2005. Negli ultimi cinque anni non sembrano essersi verificate modifiche strutturali nella dimensione media degli esercizi: dal 2000 al 2005 entrambe le tipologie di strutture sono lievemente cresciute in termini di dimensione, ma la differenza tra le due permane.

**Fig. 2 - Grado di utilizzo netto della capacità ricettiva alberghiera per mese**



Fonte: ISTAT.

All'interno di ciascun tipo di esercizio si riscontrano, tuttavia, notevoli differenze. Gli alberghi di alta categoria, di 4 e 5 stelle, sono quelli di grande dimensione, mentre i più piccoli risultano essere gli alberghi a 1 stella con sole 23 camere per esercizio. Tra gli esercizi complementari, i campeggi e i villaggi turistici rappresentano, in linea con la domanda di turismo familiare che tendono a soddisfare, le strutture che in assoluto registrano la dimensione media più elevata con circa 560 posti letto per struttura. Gli alloggi sia in affitto sia agro-turistici si caratterizzano per una ridotta dimensione media, con un'offerta di circa 9-12 letti per esercizio, che rimane comunque superiore rispetto a quella dei *bed and breakfast* (5 posti letto per esercizio).

**Tab. 2 - La dimensione media<sup>1</sup> delle strutture ricettive**

Categorie e tipi di esercizio	Dimensione media 2000	Dimensione media 2005
<b>Esercizi Alberghieri</b>	<b>55,6</b>	<b>60,5</b>
Alberghi di 5 stelle e 5 stelle lusso	185,3	186,0
Alberghi di 4 stelle	137,6	136,8
Alberghi di 3 stelle	67,0	65,1
Alberghi di 2 stelle	35,0	33,5
Alberghi di 1 stella	23,4	23,2
Residenze turistico alberghiere	78,7	72,7
<b>Esercizi Complementari</b>	<b>24,5</b>	<b>26,3</b>
Campeggi e villaggi turistici	553,0	557,5
Alloggi in affitto	6,8	8,7
Alloggi agro-turistici	11,3	11,9
Ostelli per la gioventù	n.d.	56,9
Case per ferie	n.d.	62,2
Rifugi alpini	n.d.	33,6
Altri esercizi ricettivi	34,3	54,9
<b>Bed and breakfast</b>	<b>4,5<sup>2</sup></b>	<b>5,2</b>
<b>Totale</b>	<b>33,4</b>	<b>33,5</b>

<sup>1</sup> La dimensione è data dal rapporto tra letti ed esercizi.

<sup>2</sup> Il primo dato disponibile risale al 2002.

Fonte: ISTAT.

## 7. L'offerta ricettiva regionale e locale

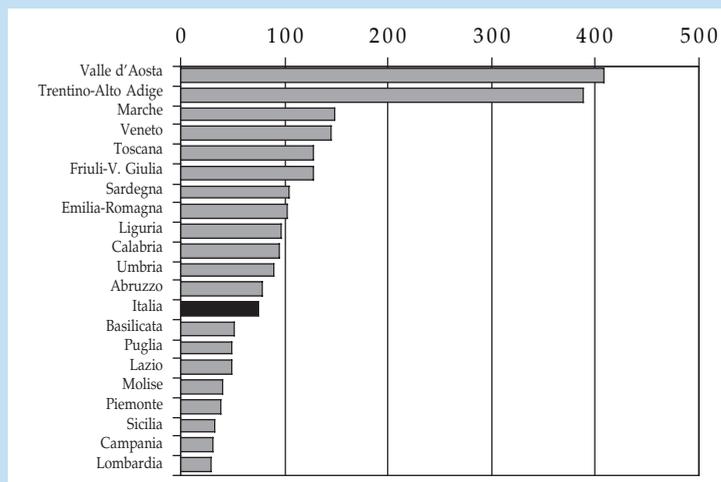
Per una valutazione delle caratteristiche regionali dell'offerta, si deve tener conto in primo luogo del grado di vocazione turistica sviluppatosi nel territorio. A tal fine, si è costruito un apposito indice di vocazione turistica rapportando, per ogni Regione, il numero di posti letto disponibili alla popolazione residente (Fig. 1).

Le Regioni a più forte vocazione turistica sono quasi tutte collocate nel Nord (la Valle d'Aosta e il Trentino-Alto Adige riportano il valore più elevato dell'indicatore con 409 e 387 posti letto ogni mille abitanti) e al Centro Italia (le Marche e la Toscana). Tra le Regioni del Mezzogiorno, solo la Sardegna e la Calabria si distinguono per una disponibilità di posti letto (per mille abitanti) superiore alla media nazionale.

Una valutazione più esaustiva dell'offerta di strutture ricettive a livello territoriale è data dall'analisi delle quote di dotazione di strutture ricettive per Regione (Tab. 1). In questo caso l'entità dell'offerta è vincolata dall'estensione della superficie della Regione medesima: le ultime sono, infatti, anche tra le più piccole.

Tuttavia il quadro complessivo non è molto diverso da quanto emerso in precedenza: le Regio-

**Fig. 1 - Indice di vocazione turistica<sup>1</sup> per Regione, 2005**



<sup>1</sup> Indica il numero di posti letto disponibili in ciascuna Regione ogni 1.000 abitanti.

Fonte: elaborazioni CSC su dati ISTAT.

ni che occupano i primi posti in termini di quota di esercizi ricettivi rispetto al totale nazionale sono nuovamente del Centro-Nord, ma differiscono in parte da quelle riportate nella figura 1.

In questo caso, è infatti il Veneto a registrare la quota di strutture più elevata (il 40 per cento circa del totale nazionale) nel 2005, seguita dal Trentino-Alto Adige che si conferma essere tra le realtà più importanti in Italia sia per consistenza dell'offerta sia per capacità ricettiva. La Valle d'Aosta, la Regione con una più spiccata vocazione turistica, ha invece una quota limi-

**Tab. 1 - Quote di dotazione di strutture ricettive per Regione**

(composizioni percentuali; Italia=100)

Ranking 2000	Quote	Ranking 2005	Quote
Veneto	43,0	Veneto	39,5
Marche	12,8	Trentino-Alto Adige	9,9
Trentino-Alto Adige	10,7	Toscana	7,6
Emilia-Romagna	6,5	Friuli-Venezia Giulia	7,4
Toscana	6,1	Emilia-Romagna	6,4
Lombardia	3,1	Lazio	4,4
Lazio	2,4	Lombardia	3,5
Piemonte	2,4	Piemonte	3,1
Liguria	2,0	Liguria	2,5
Campania	1,8	Sicilia	2,3
Umbria	1,6	Campania	2,3
Puglia	1,3	Umbria	2,3
Sicilia	1,2	Marche	2,1
Friuli-Venezia Giulia	1,2	Puglia	1,8
Abruzzo	1,0	Sardegna	1,4
Sardegna	0,9	Abruzzo	1,2
Calabria	0,9	Calabria	1,0
Valle d'Aosta	0,6	Valle d'Aosta	0,7
Basilicata	0,4	Basilicata	0,4
Molise	0,1	Molise	0,2

Fonte: elaborazioni CSC su dati ISTAT.

Regioni con riduzione nelle quote
  Regioni con incremento delle quote
  Regioni con quote sostanzialmente stabili

tata di strutture ricettive rispetto al totale dell'offerta nazionale e ricopre, insieme alla Basilicata e al Molise, le ultime posizioni del *ranking*.

La distribuzione delle strutture nel territorio non è notevolmente cambiata nell'ultimo quinquennio: il Friuli-Venezia Giulia e il Lazio sono le Regioni che registrano gli incrementi maggiori nelle quote (oltre sei punti percentuali in più per il Friuli e due in più per il Lazio); mentre le Marche è la Regione che più di ogni altra ha ridotto il proprio peso relativo sull'offerta nazionale (di circa 11 punti). Questa riduzione è dovuta principalmente alla diminuzione degli esercizi complementari dell'87 per cento (mentre gli alberghi si sono ridotti di oltre il 10 per cento).

In tutte le altre Regioni le strutture diverse da quelle alberghiere si sono rivelate le più dinamiche del mercato turistico. Il segmento dell'offerta complementare è cresciuto significativamente nell'arco di tempo considerato, in particolare nel Friuli-Venezia Giulia dove tale tipo di strutture è cresciuta a un tasso medio annuo di oltre il 68 per cento<sup>1</sup>. In altri casi, la crescita del comparto complementare ha più che compensato la perdita registrata nell'offerta alberghiera; per esempio in Liguria e in Emilia Romagna (Tab. 2). Questa maggiore dinamicità del comparto complementare rispetto all'alberghiero è dovuta non solo allo sviluppo di nuove iniziative imprenditoriali, ma anche alla maggiore flessibilità di cui dispongono le Regioni nell'individuazione e classificazione degli esercizi complementari a livello normativo (Appendice 1).

Considerando le sole strutture alberghiere, la tabella 2 mostra, inoltre, come in un terzo delle Regioni italiane si è avuta una sostanziale stabilità del comparto alberghiero nel suo complesso e solo in alcune Regioni del Mezzogiorno si registrano tassi di crescita superiori al 2 per cento in media annua. Tuttavia, il comparto appare meno statico se si esaminano i dati più disaggregati per categoria alberghiera. Come rilevato a livello nazionale, anche nelle diverse aree del paese il comparto alberghiero ha conosciuto al suo interno un processo di razionalizzazione che ha visto molti alberghi a 1 o 2 stelle cessare l'attività, oppure trasformarsi in esercizi di rango superiore comportando uno slittamento dell'offerta verso le categorie più elevate.

---

<sup>1</sup> Occorre ricordare che l'elevata crescita della numerosità degli esercizi complementari in Friuli-Venezia Giulia e in Veneto è dovuta anche alle periodiche verifiche e aggiornamenti (relativi soprattutto agli "alloggi in affitto") effettuati dagli enti territoriali competenti in base alle normative regionali di settore, dunque a un fenomeno di regolarizzazione. Cfr. Morelli P. e Terracina S. (2006), "La dimensione regionale del turismo", in *Rapporto sul Turismo italiano 2005-2006*, ENIT-ISTAT.

**Tab. 2 - Consistenza dell'offerta ricettiva per Regione, 2005**

Regioni	Numero di esercizi alberghieri	Numero di esercizi complementari e bed&breakfast	Totale	Tasso di crescita medio annuo, 2000-2005		
				Esercizi alberghieri	Esercizi complementari e bed&breakfast	Totale
Piemonte	1.514	2.490	4.004	0,4	14,1	7,6
Valle d'Aosta	492	418	910	0,2	9,1	3,7
Lombardia	2.898	1.615	4.513	0,5	14,9	4,5
Trentino-Alto Adige	5.944	6.908	12.852	-0,6	1,4	0,5
Veneto	3.079	48.236	51.315	-0,8	0,4	0,4
Friuli-Venezia Giulia	736	8.904	9.640	0,8	68,5	47,9
Liguria	1.634	1.658	3.292	-1,8	25,1	7,2
Emilia-Romagna	4.791	3.491	8.282	-1,1	6,4	1,7
Toscana	3.002	6.892	9.894	0,6	10,4	6,8
Umbria	554	2.388	2.942	2,0	12,6	10,1
Marche	967	1.814	2.781	-2,2	-33,5	-28,7
Lazio	1.801	3.928	5.729	0,4	30,3	15,3
Abruzzo	806	765	1.571	0,9	10,9	5,1
Molise	106	109	215	0,8	10,9	5,2
Campania	1.536	1.415	2.951	1,8	13,4	6,5
Puglia	831	1.521	2.352	3,1	13,3	9,0
Basilicata	224	297	521	2,6	5,9	4,4
Calabria	767	566	1.333	2,1	11,4	5,5
Sicilia	1.068	1.887	2.955	4,2	28,6	16,0
Sardegna	777	1.107	1.884	2,7	25,1	12,6
<b>Italia</b>	<b>33.527</b>	<b>96.409</b>	<b>129.936</b>	<b>0,1</b>	<b>2,8</b>	<b>2,1</b>

Fonte: elaborazioni CSC su dati ISTAT.

Questo fenomeno accomuna tutte le Regioni, a prescindere dalla macroarea di appartenenza. La tabella 3 mostra infatti che in ciascuna macroarea, la quota di incidenza delle categorie a 1 e

**Tab. 3 - Variazione nel tempo e per area della composizione dell'offerta alberghiera**  
(differenze tra quote percentuali relative del 2005 e del 2000)<sup>1</sup>

Macro aree	Categoria alberghiera				
	5 stelle	4 stelle	3 stelle	2 stelle	1 stella
Nord	0,2	2,0	8,7	-4,3	-6,5
Centro	0,4	3,3	5,1	-4,6	-4,1
Mezzogiorno e isole	0,6	4,5	5,4	-6,2	-4,4
<b>Italia</b>	<b>0,3</b>	<b>2,8</b>	<b>7,5</b>	<b>-4,8</b>	<b>-5,8</b>

<sup>1</sup> Ciascun dato rappresenta la differenza tra la quota della categoria (per es. 5 stelle) sul totale alberghi nell'area di riferimento (per es. Nord) nel 2005 e la stessa quota nel 2000.

Fonte: elaborazioni CSC su dati ISTAT.

2 stelle sul totale di offerta alberghiera è diminuita di circa il 5-6 punti percentuali dal 2000 al 2005. La perdita maggiore di peso relativo per gli alberghi a 1 stella si registra al Nord (la quota di incidenza è diminuita di 6,5 punti percentuali), per gli alberghi a 2 stelle nel Mezzogiorno (-6,2 per cento). Come accade a livello nazionale anche nelle ripartizioni territoriali è contestualmente aumentata la concentrazione di offerta alberghiera di terza categoria, di livello medio. In particolare, è al Nord che si è verificato l'incremento maggiore (circa nove punti percentuali) della quota di alberghi a 3 stelle sul totale degli esercizi disponibili nella zona<sup>2</sup>. Nel Mezzogiorno è aumentato il peso, in misura maggiore rispetto alle altre macroaree, degli esercizi di alto livello: in Sicilia, Calabria e Basilicata è particolarmente aumentata la quota di alberghi a 4 stelle, in Campania, Puglia e nella stessa Calabria quella a 5 stelle e di lusso.

Da un'attenta analisi dei dati emergono dunque differenti modelli di specializzazione dell'offerta alberghiera nelle diverse aree del Paese. Nelle Regioni del Sud e nelle isole l'imprenditoria turistica, maggiormente caratterizzata da investimenti esteri e nelle aree litorali, tende sempre più a svilupparsi verso segmenti specifici della domanda che sono alla ricerca di standard internazionali di lusso e che in questi ultimi anni sono stati anche favoriti dalla nascita di agenzie specializzate in pacchetti per clienti di lusso. Al Nord, invece, è storicamente prevalente l'offerta di alberghi a gestione

<sup>2</sup> Le Regioni con gli incrementi maggiori sono l'Emilia Romagna (+12,7 per cento), il Trentino-Alto Adige (+9,2) e il Piemonte (+8,6).

familiare che hanno cercato nel tempo di migliorare i servizi offerti alla clientela, sono passati a una categoria superiore collocandosi su un livello medio per poter attrarre una domanda più varia.

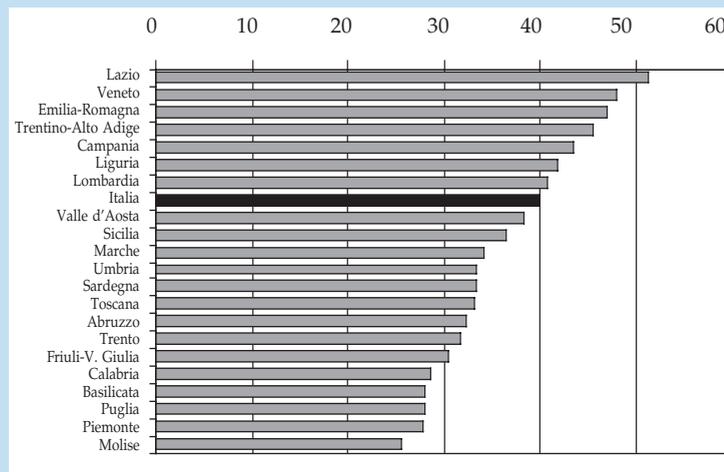
Per quanto riguarda gli aspetti più legati alle *performance* alberghiere, i dati sull'indice di utilizzazione netta per Regione mostrano che mediamente nel 2005 le strutture del Lazio sono state utilizzate più del 50 per cento, contro una media nazionale del 40 per cento (Fig. 2). Il risultato conseguito da questa Regione risente della presenza della capitale e della città del Vaticano nel suo territorio.

Poche altre Regioni, prevalentemente settentrionali, registrano un tasso di utilizzo superiore alla media nazionale. Di seguito al Lazio si collocano il Veneto con un utilizzo di esercizi in media d'anno pari al 48 per cento, l'Emilia Romagna, il Trentino-Alto

Adige, la Campania, la Liguria e la Lombardia con un valore dell'indice compreso tra il 41 e il 47 per cento. Nelle ultime posizioni, con valori di gran lunga inferiori alla media nazionale prevalgono, a eccezione del Piemonte, le regioni del Mezzogiorno. Il loro basso tasso di utilizzo è riconducibile alla prevalenza della forte stagionalità della presenza turistica nel loro territorio. Si tratta, infatti, di Regioni in cui prevale il turismo balneare dei mesi estivi.

Dalla figura 3 emerge che al Sud il maggior utilizzo degli esercizi alberghieri è compreso nei mesi da giugno a settembre, mentre al Nord dove la domanda è più diversificata<sup>3</sup>, il tasso di utilizzo presenta una minore variabilità ed è compreso, fatta eccezione del picco estivo, in un ran-

**Fig. 2 - Indice di utilizzazione netta<sup>1</sup> degli esercizi alberghieri per Regione, 2005**



<sup>1</sup> Indica il rapporto tra presenze alberghiere e i posti letto disponibili nelle strutture per i giorni effettivi di attività.

Fonte: ISTAT.

<sup>3</sup> Si consideri anche il turismo montano dei mesi invernali, maggiormente concentrato al Nord (arco alpino).

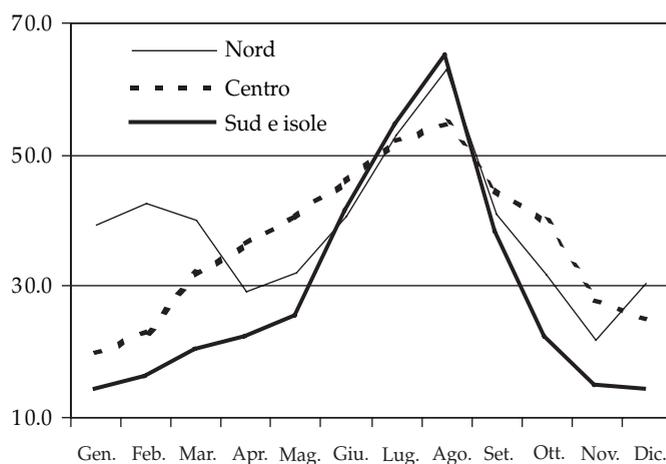
ge del 30-40 per cento. La promozione e lo sviluppo di turismi differenti (culturale, d'affari, enogastronomico, ecc.) e soprattutto meno marcatamente stagionali al Sud, potrebbe contribuire non solo ad attrarre nuovi segmenti della domanda, ma anche a estendere la presenza turistica in tutti i periodi dell'anno.

Nel valutare l'offerta ricettiva e in particolare alberghiera in alcune Regioni, si deve tener conto che essa può risultare significativamente condizionata dalla presenza in esse di città/località tradizionalmente ambite da italiani e stranieri come mete turistiche o centri d'affari. È il caso, per esempio,

del Lazio o del Veneto, dove la presenza di città quali Roma e Venezia con elevata offerta ricettiva rischia di distorcere l'analisi relativa all'intero territorio regionale.

Il tasso di penetrazione alberghiera, che indica la percentuale di Comuni della Regione con almeno un albergo, contribuisce a fornire un quadro più puntuale della consistenza ricettiva nel territorio (Tab. 4). Nel 2005, la Regione dotata della più elevata percentuale di Comuni (pari all'89,5 per cento) in cui è possibile trovare una struttura alberghiera è la Toscana. Anche in altre Regioni del Centro Nord è alta la probabilità di trovare un albergo quasi in ogni Comune: Trentino<sup>4</sup>, Umbria, Valle d'Aosta ed Emilia Romagna registrano un tasso di penetrazione alberghiera superiore all'80 per cento. La Puglia è l'unica Regione del Mezzogiorno a caratterizzarsi per un tasso di penetrazione alberghiera superiore (anche se solo lievemente)

**Fig. 3 - Stagionalità dell'offerta alberghiera per macroarea**  
(valori percentuali)



Fonte: elaborazioni CSC su dati ISTAT.

<sup>4</sup> La provincia di Bolzano è l'unica in Italia ad avere un solo Comune privo di dotazione alberghiera.

**Tab. 4 - Tasso di penetrazione alberghiera<sup>1</sup> per Regione, 2005**

Regioni	Totale Comuni	Numero di Comuni con almeno un esercizio alberghiero	Tasso di penetrazione
Toscana	287	257	89,5
Trentino-Alto Adige	339	284	83,8
Umbria	92	77	83,7
Valle d'Aosta	73	61	83,6
Emilia-Romagna	341	284	83,3
Liguria	235	158	67,2
Marche	246	165	67,1
Friuli-V.Giulia	219	141	64,4
Veneto	581	365	62,8
Puglia	258	142	55,0
Basilicata	131	160	54,2
Lazio	378	199	52,6
Abruzzo	305	151	49,5
Lombardia	1.546	723	46,8
Sicilia	390	174	44,6
Campania	551	236	42,8
Sardegna	378	151	39,7
Piemonte	1.206	474	39,3
Calabria	409	160	39,1
Molise	136	45	33,1
<b>Italia</b>	<b>8.101</b>	<b>4.407</b>	<b>54,4</b>

<sup>1</sup> Indica il numero di Comuni dotati di almeno un esercizio alberghiero in rapporto al totale Comuni della Regione.  
*Fonte: elaborazioni CSC su dati ISTAT.*

alla media nazionale (pari al 54,4%)<sup>5</sup>. Mentre, l'unica Regione del Nord che mostra una scarsa ricettività è il Piemonte, dove è possibile trovare un albergo all'incirca in un Comune su tre.

<sup>5</sup> In media, in Italia, oltre un Comune su due è dotato di almeno un albergo.

Passando infine ad analizzare la capacità ricettiva nel suo complesso (incluso l'offerta complementare e i *bed and breakfast*) a livello locale, occorre notare che in Italia 23 Comuni (pari allo 0,3 per cento del totale) sono in grado di offrire oltre 20.000 posti letto (Tab. 5). Tra questi primi 23 Comuni classificati per capacità ricettiva, solo uno (Vieste) si colloca in una Regione del Mezzogiorno, gli altri sono del Centro Nord, con una netta prevalenza dei Comuni del Veneto e dell'Emilia Romagna (15 su 23). Al vertice della graduatoria vi è Roma che con gli oltre 118.000 posti letto (30.000 in più di Iesolo che la segue nel *ranking*) rappresenta il 52 per cento circa dell'offerta ricettiva complessiva del Lazio.

**Tab. 5 - Comuni con numero di posti letto > 20.000**

Regione di appartenenza	Comune	Numero di posti letto
Lazio	Roma	118.673
Veneto	Iesolo	88.504
Veneto	San Michele al Tagliamento	77.942
Friuli-Venezia Giulia	Lignano Sabbiadoro	76.428
Emilia Romagna	Rimini	73.369
Veneto	Cavallino-Treporti	73.184
Veneto	Caorle	53.216
Lombardia	Milano	46.891
Puglia	Vieste	44.887
Toscana	Firenze	37.656
Emilia Romagna	Ravenna	35.317
Emilia Romagna	Riccione	35.239
Emilia Romagna	Cesenatico	35.110
Veneto	Venezia	34.632
Emilia Romagna	Cervia	34.401
Emilia Romagna	Comacchio	30.309
Veneto	Chioggia	30.022
Marche	Fano	27.239
Emilia Romagna	Bellaria-Igea Marina	26.287
Toscana	Massa	25.936
Veneto	Lazise	25.812
Veneto	Rosolina	22.030
Friuli-Venezia Giulia	Grado	21.407

Fonte: elaborazioni CSC su dati ISTAT.

## 8. L'offerta ricettiva nel confronto europeo e internazionale

L'offerta ricettiva nell'UE-25 ha segnato dal 2000 al 2004 una modesta crescita (pari all'1,6 per cento in media annua<sup>1</sup>) in quanto a numero di esercizi, raggiungendo una consistenza di 403.463 strutture, la metà delle quali alberghiere. L'Italia con i suoi 130.000 esercizi operanti nel territorio nazionale nel 2005 è il paese europeo con la più elevata offerta ricettiva, seguita da Regno Unito con circa 90.000 strutture<sup>2</sup>, Germania (55.349), Spagna (34.758), Francia (29.055) e Austria (20.548). Tuttavia, mentre l'Italia ha registrato una crescita media annua contenuta al 2 per cento, Spagna e Regno Unito hanno conosciuto in questi ultimi anni un significativo sviluppo dell'offerta ricettiva, con tassi di crescita medi annui pari rispettivamente al 9,8 e al 4,2 per cento, in risposta all'ampliamento della domanda turistica diretta verso queste destinazioni.

Alcune differenze emergono nella composizione della struttura dell'offerta che in Italia è solo per un quarto rappresentata da strutture alberghiere mentre nei paesi suoi diretti competitori le strutture ricettive sono equamente divise tra alberghiere e complementari (è il caso di Regno Unito e Spagna) oppure sono prevalentemente costituite da hotel (è il caso di Germania, Francia e Austria; Tab. 1).

Passando a esaminare la capacità ricettiva, l'UE-25 è in grado di ospitare oltre 24,4 milioni di turisti<sup>3</sup>, considerando i posti letto disponibili complessivamente nelle strutture ricettive dei paesi membri. La capacità ricettiva del nostro Paese, nonostante l'elevata numerosità degli esercizi, appare più modesta di quella francese e leggermente più elevata di quella degli altri concorrenti europei. In Italia, infatti, sono disponibili oltre 4,35 milioni di posti letto contro i 4,8 della Francia, nonostante questa abbia un numero di strutture attive pari a un quarto di quelle presenti in Italia<sup>4</sup>. Superano i 3 milioni di posti letto la Germania (con 3,9 milioni) e la Spagna (3,1 circa). Anche i Paesi Bassi che non eccellono quanto a numero di esercizi ricettivi (7.160 complessivamente) sono in grado di ospitare più di 1,2 milioni di turisti.

<sup>1</sup> Eurostat non fornisce per tutti i paesi dati relativi al 2005. Dal 2000 al 2005 è possibile calcolare il tasso di crescita medio annuo del numero di esercizi presenti nell'UE-14 (con l'esclusione del Regno Unito) che si presenta negativo e pari a -3,9 per cento.

<sup>2</sup> 89.758 esercizi nel 2004, ultimo dato disponibile.

<sup>3</sup> Ultimo dato disponibile è del 2004.

<sup>4</sup> Nel 2004, la disponibilità di letti offerta da entrambi i paesi rappresenta il 37 per cento del totale UE-25.

**Tab. 1 - Il peso delle strutture ricettive nell'offerta nazionale, 2005**

	Esercizi alberghieri	Esercizi complementari <sup>1</sup>	Numero totale
<b>Italia</b>			
- Numero esercizi	33.527	96.409	129.936
- Quote	25,8	74,2	100,0
<b>Regno Unito<sup>2</sup></b>			
- Numero esercizi	44.625	45.133	89.758
- Quote	49,7	50,3	100,0
<b>Germania</b>			
- Numero esercizi	36.593	18.756	55.349
- Quote	66,1	33,9	100,0
<b>Spagna</b>			
- Numero esercizi	17.607	17.151	34.758
- Quote	50,7	49,3	100,0
<b>Francia</b>			
- Numero esercizi	19.811	9.244	29.055
- Quote	68,2	31,8	100,0
<b>Austria</b>			
- Numero esercizi	14.267	6.281	20.548
- Quote	69,4	30,6	100,0

<sup>1</sup> Inclusi *bed and breakfast*.

<sup>2</sup> Gli ultimi dati disponibili si riferiscono al 2004.

Fonte: elaborazioni CSC su dati Eurostat.

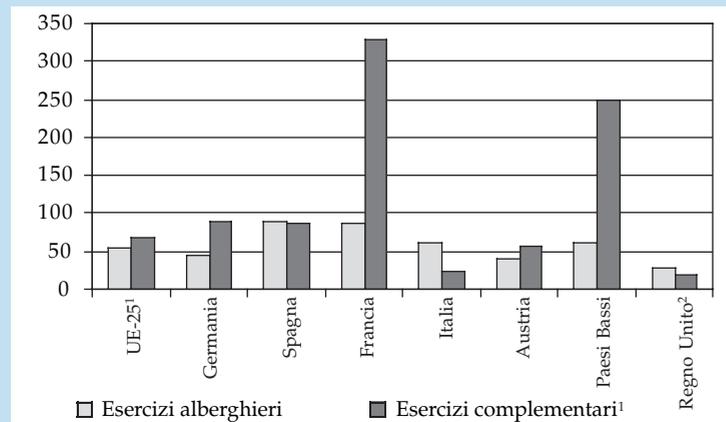
Nel confronto europeo, una delle differenze più rilevanti è la dimensione media aziendale delle strutture ricettive. Gli alberghi britannici, austriaci e tedeschi hanno una disponibilità di posti letto per esercizio molto al di sotto della media UE-25 (Fig. 1). La dimensione media alberghiera è un aspetto cruciale anche della ricettività italiana, in quanto nonostante un lieve incremento di 5 posti letto per esercizio registrato dal 2000 al 2005, gli alberghi italiani sono più piccoli rispetto a quelli francesi e spagnoli, con in media 28 posti letto in meno. L'aspetto dimensionale, cui si associa nel caso dell'Italia la proprietà e la gestione di tipo familiare della maggior parte delle strut-

ture alberghiere, incide sulla capacità degli esercizi di affermarsi sui mercati europei e internazionali. Una dimensione limitata rende più difficile affermarsi nei grandi circuiti della teleprenotazione sfruttando le tecnologie informatiche, instaurare rapporti commerciali con *tour operator* di esperienza internazionale, nonché operare sfruttando economie di scala nella gestione delle strutture come i grandi esercizi possono efficientemente fare<sup>5</sup>. Questi stessi problemi si ripropongono, in modo più incisivo, per gli esercizi complementari presenti nel nostro Paese che sono i più piccoli in Europa dopo quelli britan-

nici: solo 24 posti letto per esercizio contro i 329 circa offerti in Francia, oppure i 90 disponibili in media in ciascun esercizio tedesco o spagnolo.

La ridotta dimensione degli alberghi contribuisce anche a spiegare i bassi tassi di utilizzazione degli stessi. Il basso livello di saturazione delle strutture ricettive è uno degli aspetti più preoccupanti per l'industria turistica in quanto implica che una quota rilevante di offerta fruibile non viene acquistata o utilizzata. Esiste una certa correlazione tra la dimensione alberghiera e i relativi tassi di utilizzazione netta: a una dimensione media degli hotel superiore ai 60 posti letto corrisponde, nella maggior parte dei paesi europei considerati, un tasso di utilizzazione netta superiore al 40 per cento (Fig. 2). La correlazione sembra venir meno per alcuni paesi come Regno Unito e Irlanda dove gli alberghi, nonostante una ridotta dimensione, mostrano comparativamente un buon livello di saturazione (44-45 per cento).

**Fig. 1 - La dimensione delle strutture ricettive nei principali paesi europei, 2005**



<sup>1</sup> Inclusi *bed and breakfast*.

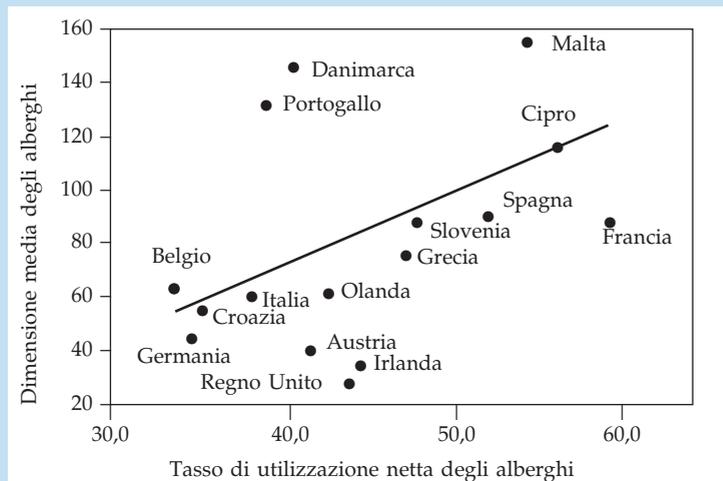
<sup>2</sup> Gli ultimi dati si riferiscono al 2004

Fonte: elaborazioni CSC su dati Eurostat.

<sup>5</sup> Touring Club Italiano (2007), *L'annuario del turismo e della cultura*, Milano.

L'Italia con una dimensione di 60 posti letto e un tasso di utilizzo appena superiore al 38 per cento è un caso "limite" ma, se confrontato con i *competitor* di riferimento Francia e Spagna, è evidente la distanza esistente in entrambe le dimensioni. Il divario è molto ampio anche con altri paesi del Mediterraneo quali Grecia, Slovenia, Cipro e Malta che si caratterizzano per un numero ridotto di esercizi alberghieri, ma di grande dimensione e con un livello di saturazione elevato (compreso tra il 48 e il 57 per cento circa) nonostante la loro offerta sia legata alla componente balneare e soggetta dunque a stagionalità<sup>6</sup>.

**Fig. 2 - Dimensione e utilizzazione delle strutture alberghiere, 2005**



Il tasso di utilizzo della Francia si riferisce al 2006.

Fonte: elaborazioni CSC su dati Eurostat.

Nonostante in gran parte dei paesi membri il grado di utilizzo delle strutture alberghiere non superi il 50 per cento l'anno, la capacità ricettiva alberghiera europea si conferma tra le migliori nel mondo (Tab. 2). Se si tiene conto del numero di camere disponibili in ciascun paese nel 2005 dopo gli Stati Uniti (che con 4,4 milioni di camere costituisce quasi un quarto dell'offerta mondiale), il Giappone (più di 1,5 milioni di camere nel 2004), e la Cina (più di 1,3 milioni di camere) si colloca l'Italia (con più di 1 milione di camere pari al 6 per cento circa del totale mondiale) e i suoi *competitor* europei (Germania, Spagna, Francia)<sup>7</sup>.

<sup>6</sup> A eccezione della Slovenia, questi paesi hanno raggiunto nel periodo estivo (giugno-settembre) del 2005 un tasso di utilizzo compreso tra il 76 e l'80 per cento circa. Nello stesso periodo il tasso di occupazione degli alberghi italiani è stato più basso di oltre venti punti (e pari al 53,4 per cento).

<sup>7</sup> Occorre precisare il limite di questi confronti internazionali dovuto ai differenti criteri di classificazione degli esercizi alberghieri: vi sono paesi che distinguono tra hotel e hotel casinò, altri in cui manca una differenziazione tipologica (per esempio,

Va tuttavia segnalato che fino al 2003, l'Italia si collocava al terzo posto nella classifica mondiale per capacità ricettiva e dal 2004 si è verificato il sorpasso da parte della Cina. In linea con gli andamenti della domanda, la Cina e altri paesi emergenti per il turismo internazionale, quali l'Egitto, la Turchia e il Messico, hanno registrato in questi ultimi anni la più consistente espansione della capacità ricettiva alberghiera<sup>8</sup>. Tra i paesi *leader* per numero di stanze in dotazione, il Giappone e la Svizzera sono invece gli unici ad aver ridotto l'offerta nel periodo di riferimento.

**Tab. 2 - L'offerta ricettiva alberghiera nel mondo**

Paesi	Numero di stanze		Composizione % 2005	Variazioni % 2000-2005
	2000	2005		
Stati Uniti	4.100.000	4.402.466	24,5	7,4
Giappone <sup>1</sup>	1.572.131	1.551.876	8,6	-1,3
Cina	948.185	1.332.083	7,4	40,5
Italia	966.138	1.020.478	5,7	5,6
Germania	877.070	890.153	4,9	1,5
Spagna	677.134	797.339	4,4	17,8
Francia	589.174	629.597	3,5	6,9
Messico	421.850	535.639	3,0	27,0
Regno Unito	n.d.	518.028	2,9	n.d.
Canada	358.583	413.121	2,3	15,2
Tailandia <sup>1</sup>	n.d.	357.922	2,0	n.d.
Grecia	312.993	358.721	2,0	14,6
Austria	286.816	289.879	1,6	1,1
Indonesia	252.984	280.433	1,6	10,9
Turchia <sup>1</sup>	155.441	206.214	1,1	32,7
Australia	194.926	212.784	1,2	9,2
Russia	183.400	199.010	1,1	8,5
Argentina	170.935	190.257	1,1	11,3
Egitto	113.611	170.776	0,9	50,3
Svizzera	140.805	127.410	0,7	-9,5
Mondo <sup>2</sup>	n.d.	18.000.000	100,0	n.d.

<sup>1</sup> Gli ultimi dati disponibili si riferiscono al 2004.

<sup>2</sup> Stima OMT.

Fonte: elaborazioni CSC su dati OMT.

tra hotel e motel), altri come la Spagna che assimilano gli ostelli agli hotel. Cfr. Federalberghi (2007), *Rapporto sul sistema alberghiero in Italia 2007*, Roma.

<sup>8</sup> Tra i paesi europei si distingue la Spagna con un tasso di variazione del numero di stanze del 18 per cento circa dal 2000 al 2005.

## 9. I prezzi e l'impatto sulla domanda

Il prezzo – "calibrato" a seconda della tipologia di segmento di domanda cui è rivolto e del tipo di bene/servizio offerto (bene di lusso, consumo, ecc.) – è una delle principali leve di strategia di vendita e uno dei maggiori fattori di competitività delle imprese.

Per le imprese turistiche e in particolare per quelle ricettive, il problema della determinazione del prezzo della propria offerta è relativamente recente. Fino a una quindicina di anni fa, vigeva un regime controllato dei prezzi, prima amministrati e poi concordati<sup>1</sup>. Pertanto non vi era una significativa differenziazione di prezzo tra strutture ricettive appartenenti a una medesima categoria.

Con la liberalizzazione dei prezzi avvenuta nei primi anni Novanta (legge n. 284/1991<sup>2</sup>), ogni impresa turistica ha potuto sviluppare un proprio orientamento al mercato e determinare il prezzo da applicare secondo le proprie scelte strategiche. Per le imprese turistiche, proporre prezzi competitivi è diventato uno dei modi migliori per attrarre clienti; viceversa, per il turista, il prezzo di beni e servizi che può acquistare nella località di destinazione, nonché la loro qualità, costituiscono alcune delle principali determinanti della scelta di recarsi in una località piuttosto che in un'altra.

Nel confronto con i paesi dell'UE-15 (Fig. 1), i prezzi italiani dei servizi turistici, relativi in particolare alle strutture ricettive, ai servizi di ristorazione e di trasporto e ai pacchetti vacanza sono aumentati in maniera differente nel periodo considerato (2000-2006):

- per tutti i servizi, l'incremento dei prezzi italiani risulta maggiore della media europea; di poco superiore nel caso dei servizi ricettivi e di ristorazione, di molto nel caso dei trasporti e di quasi il doppio per i pacchetti turistici;

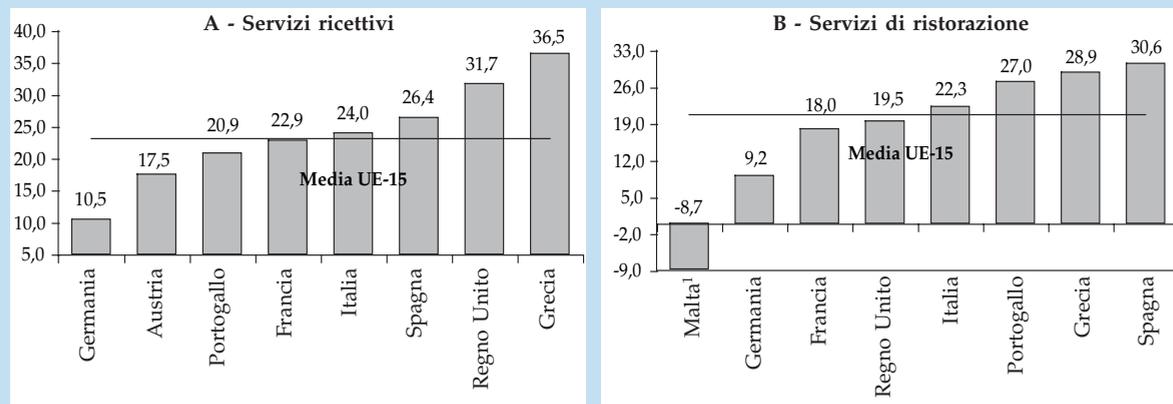
<sup>1</sup> Prima dell'entrata in vigore della legge quadro sul turismo (n. 217 del 1983), vigeva un regime di prezzi amministrati per alberghi, pensioni e locande, fissati autoritativamente dall'amministrazione statale tramite il Comitato Interministeriale Prezzi (CIP) e i comitati provinciali. Tale regime è stato sostituito (all'art. 7 della legge n. 217/1983) da un regime di prezzi "concordati" tra l'amministrazione regionale e gli operatori di categoria. Il potere di determinazione delle tariffe dei servizi erogati dagli alberghi e dalle altre strutture turistiche ricettive era ricompreso tra le funzioni delegate alle Regioni a statuto ordinario (D.P.R. n. 616 del 1977, art. 52, primo comma, lett. C) al fine di rendere possibile a queste ultime quell'esercizio "organico" delle competenze trasferite in materia di turismo e industria alberghiera (sentenza della Corte Costituzionale, n. 188/1992). Cfr. Righi L. (2007), "Le strutture ricettive", in *Manuale di diritto del turismo*, Giappichelli editore, Torino.

<sup>2</sup> Di fatto la nuova normativa è stata applicata dopo l'emanazione della sentenza di legittimità costituzionale della legge n. 284/1991 da parte della Consulta (sentenza n. 188/1992).

- per i servizi ricettivi, l'aumento dei prezzi italiani è in linea con quello registrato dalla Francia sua diretta concorrente. L'Italia ha perso competitività nei confronti soprattutto della Germania, ma ha guadagnato rispetto a Spagna, Regno Unito e Grecia;
- per i servizi di ristorazione, i prezzi italiani sono cresciuti più di quelli tedeschi, francesi e britannici, meno rispetto ad alcuni dei più importanti paesi mediterranei a vocazione turistica, quali Portogallo, Grecia e Spagna dove si sono verificati aumenti superiori al 30 per cento;
- i prezzi dei pacchetti vacanza offerti da parte di *tour operator* registrano un forte deterioramento verso la gran parte dei *competitor* europei (verso la Germania, per esempio, è del 25 per cento). È questo un fenomeno preoccupante dato che i pacchetti vacanza rappresentano uno degli strumenti fondamentali per attrarre turisti nel nostro paese e incentivare il turismo interno;
- anche i prezzi dei trasporti risultano superiori del 10-15 per cento rispetto a quelli di Germania e Francia.

**Fig. 1 - Dinamica dei prezzi**

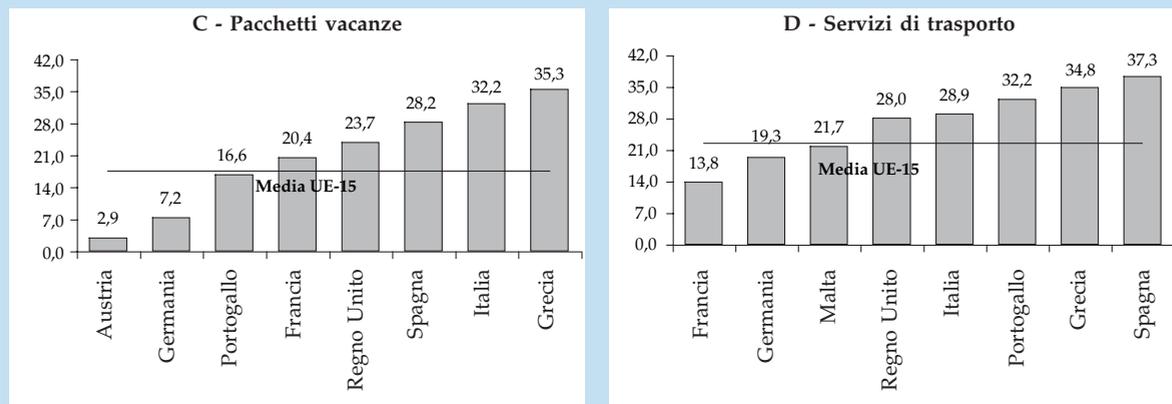
(indici armonizzati dei prezzi al consumo; variazioni percentuali 2000-2006)



<sup>1</sup> Variazioni percentuali 2000-2005.

Fonte: elaborazioni CSC su dati Eurostat.

segue

**Fig. 1 - Dinamica dei prezzi***(indici armonizzati dei prezzi al consumo; variazioni % 2000-2006)*

Fonte: elaborazioni CSC su dati Eurostat.

In Italia, inoltre, dall'inizio del 2000 fino al dicembre 2003 il prezzo offerto dagli esercizi alberghieri (che rappresentano il principale comparto del settore turistico) ha sempre registrato incrementi superiori al tasso di inflazione (Fig.2), toccando e superando il 6 per cento di variazione tendenziale tra gli ultimi mesi del 2001 e l'inizio del 2002 in seguito all'introduzione dell'euro<sup>3</sup>.

Dal 2004, i rincari maggiori rispetto agli altri beni e servizi italiani sono stati circoscritti solo ad alcuni mesi dell'anno e fatte pochissime eccezioni (giugno 2005 e ottobre 2006) non hanno mai superato in termini tendenziali un tasso di crescita del 3 per cento. Al contrario, nella maggior parte dei mesi del 2004 e del 2005 i prezzi alberghieri sono cresciuti a tassi più bassi della media dei prezzi in Italia, sono lievemente cresciuti più dell'inflazione complessiva nel 2006, per poi ridursi drasticamente all'inizio di questo anno (a gennaio, si è registrata l'unica variazione

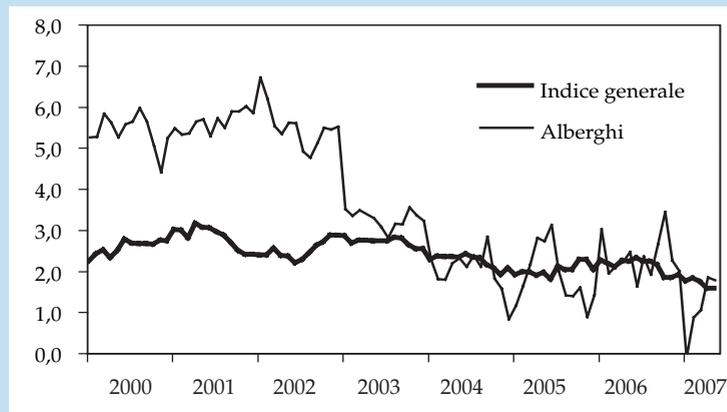
<sup>3</sup> Il maggior incremento è del gennaio 2002 quando la variazione tendenziale dei prezzi al consumo alberghieri ha raggiunto il 6,7 per cento.

negativa dal 2000 e a febbraio una modesta crescita dell'0,8 per cento contro una variazione tendenziale dell'indice dei prezzi al consumo dell'1,8 per cento)<sup>4</sup>. Da marzo, invece, i prezzi degli alberghi sono ritornati a crescere più dell'inflazione.

La variazione dei prezzi consente di analizzarne la dinamica, ma non è in grado di esplicitare il livello dei prezzi valutati dal potenziale turista alla luce del vincolo personale di *budget* di spesa (o "vincolo di bilancio") e del contenuto dell'offerta medesima (a parità di altre condizioni, il turista sceglierà l'offerta più ricca di contenuto). Dal confronto dei prezzi di hotel di categoria medio-alta delle principali città europee<sup>5</sup>, si nota che gli alberghi a Roma – con un prezzo medio di 150 euro a camera per notte – sono tra i più cari in Europa assieme a quelli parigini e londinesi. Tuttavia, a differenza di questi ultimi, i prezzi degli esercizi alberghieri nella nostra capitale sono rimasti stabili nell'ultimo biennio (2005-2007; Tab. 1). Le strutture ricettive più economiche – con un prezzo medio inferiore ai 100 euro – si trovano nelle capitali dell'Europa Centro-settentrionale.

A differenza della maggior parte delle città europee, il livello medio dei prezzi alberghieri in Italia è influenzato dalla mancata affermazione delle offerte *low-cost*. La variabilità di prezzo nel settore alberghiero italiano è funzione essenzialmente della stagionalità della domanda: il livello dei prezzi aumenta o si riduce a seconda che il periodo dell'anno di riferimento sia di mag-

**Fig. 2 - Andamento dei prezzi degli alberghi in Italia**  
(indici per l'intera collettività nazionale; variazioni % tendenziali)



Fonte: elaborazioni CSC su dati ISTAT.

<sup>4</sup> L'inflazione alberghiera è poi ritornata a crescere maggiormente da marzo e a maggio di quest'anno ha registrato un tasso di crescita maggiore dell'inflazione complessiva (1,8 per cento contro l'1,5).

<sup>5</sup> Per comparazioni dei livelli medi dei prezzi nelle città europee, si veda anche CSC (2005), *Per un progetto Paese sul turismo*, Documenti di lavoro, n. 2, Settembre.

gior afflusso turistico (di alta stagione), o di medio/basso richiamo turistico (media e bassa stagione). *L'hotellerie low-cost* stenta a decollare nel nostro Paese per diverse ragioni: in primo luogo, per la diffusa caratterizzazione familiare dell'impresa alberghiera e la presenza di catene alberghiere principalmente di medio-alta categoria.

**Tab.1 - Livelli medi dei prezzi degli alberghi nelle più grandi città europee<sup>1</sup>**

(valori in euro correnti)

Città	2006	Gen.-Apr. 2007	Variazioni % prezzo medio Feb.-Apr. <sup>2</sup> 2005/2007
Parigi	198	194	14,0
Londra	169	182	20,2
Roma	150	151	0,0
Amsterdam	133	132	14,4
Madrid	108	119	0,2
Bruxelles	96	110	10,7
Vienna	93	102	13,5
Berlino	96	92	4,2

<sup>1</sup> La Deloitte effettua mensilmente un'indagine sulla performance degli hotel - *l'Hotel Benchmark Survey* (<http://www.hotelsmag.com/performance-data/>) - nelle principali regioni del mondo. Per l'Europa il campione include 3.500 strutture alberghiere sia indipendenti sia appartenenti a catene alberghiere di categoria elevata. I prezzi delle camere al netto di IVA sono espressi in dollari. Pertanto, sono stati convertiti in euro applicando il tasso di cambio dollaro/euro mensile e annuale (per il 2006) dell'Ufficio Italiano Cambi.

<sup>2</sup> I primi dati disponibili per il 2005 sono di febbraio.

Fonte: elaborazioni CSC su dati Deloitte.

Il sistema ricettivo italiano risulta dunque poco attrattivo per investimenti da parte di società alberghiere orientate al *low-cost*. In secondo luogo, le strutture alberghiere italiane sostengono costi fissi maggiori essendo normativamente vincolate al rispetto di requisiti minimi di superficie delle camere<sup>6</sup>. Tale vincolo, da un lato costituisce una forma di garanzia di qualità del servizio per il consumatore turistico, dall'altro rappresenta un limite per la flessibilità di prezzo praticato dagli operatori del settore. Non è, tuttavia, invalicabile: in altri settori ad alti costi fissi come quello del trasporto aereo, la pratica del *low-cost* o comunque di una reale flessibilità di prezzo consente di rag-

<sup>6</sup> La normativa sulle superfici minime delle camere è regionale e può, in alcuni casi, essere modificata dai singoli Comuni con specifiche disposizioni dei Regolamenti edilizi o sanitari.

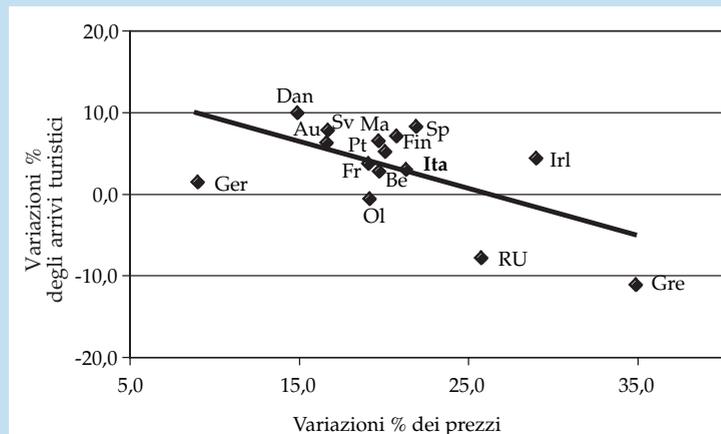
giungere fasce di consumatori altrimenti escluse dal mercato, di essere meno esposti a perdite economiche in caso di basso utilizzo delle strutture ricettive, nonché di riflettere meglio le eventuali variazioni della domanda stessa<sup>7</sup>. Nel settore alberghiero non è facilmente praticabile la via di variare il prezzo continuamente in funzione delle variazioni della domanda, ma una maggiore flessibilità di prezzo che vada al di là dei tre livelli standard di alta, media e bassa stagione contribuirebbe a contrastare le principali difficoltà dell'offerta turistica italiana, ovvero il basso grado di saturazione delle strutture ricettive e l'elevata stagionalità dei flussi turistici e dunque dell'offerta stessa.

Nel periodo 2000-2005, l'incremento dei prezzi dei servizi ricettivi ha impattato diversamente sulla domanda (Fig. 3). In alcuni paesi, l'andamento dei prezzi non sembra spiegare o lo fa in modo abbastanza limitato, l'andamento dei flussi turistici. È il caso soprattutto dei paesi scandinavi e della Spagna, in parte anche dell'Italia e della Francia. Per il turismo di questi paesi, infatti, la dinamica dei prezzi non costituisce uno dei fattori determinanti della domanda, tanto che a sostenuti incrementi di prezzo hanno corrisposto aumenti di turisti *incoming*. Altri elementi indipendenti dal prezzo, quali la qualità dell'offerta, il suo contenuto, le motivazioni personali del viaggio, potrebbero contribuire a spiegare l'andamento della domanda turistica.

Nel Regno Unito, Olanda e Grecia, invece, l'andamento della domanda risulta correlato negativamente con quello dei prezzi. In quest'ultimo caso i turisti si sono dimostrati rispondenti a incrementi nei prezzi e la domanda si è contratta.

<sup>7</sup> In caso, per esempio, di riduzione della domanda, un sistema di prezzi rigidi comporterebbe una perdita in termini sia di quantità (per esempio, numero di camere vendute per notte) sia di fatturato (e quindi di margini di profitto). Una riduzione dei prezzi contribuirebbe a un recupero in termini di volumi venduti e di ricavi ottenuti.

**Fig. 3 - Impatto della crescita dei prezzi dei servizi ricettivi sugli arrivi turistici, 2000-2005**

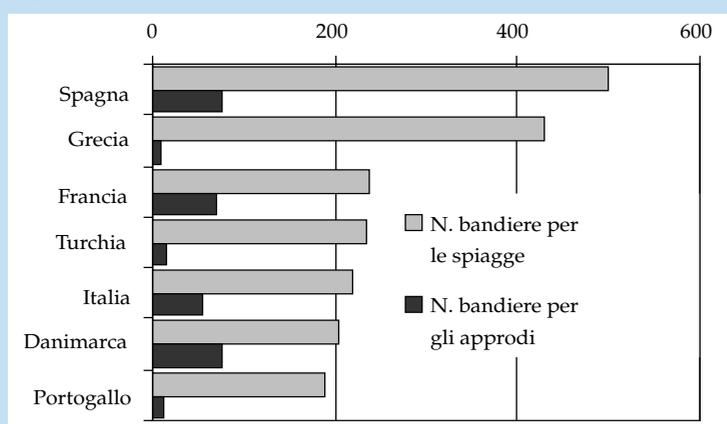


Fonte: elaborazioni CSC su dati Eurostat.

## 10. Le attrattività ambientali e culturali

Il patrimonio naturale e culturale costituisce uno dei punti di forza per il turismo del nostro Paese<sup>1</sup>. Le aree costiere, montane, le riserve naturali costituiscono alcuni dei fattori ambientali da cui dipende l'attrazione di ampi segmenti di domanda turistica. Per farne un punto di grande attrattività è importante saperle valorizzare adeguatamente, curandone la qualità e dotandole di servizi complementari. È emblematico il caso delle zone costiere: nonostante il nostro Paese vanti circa 8.400 chilometri di costa, le aree marine protette considerate meritevoli di tutela sono 21 e tutelano circa 603,54 chilometri di costa (solo il 7 per cento del totale)<sup>2</sup>. Oltre alla limitata estensione delle zone costiere protette, l'Italia non eccelle neppure in termini di qualità del mare. Nel 2007 l'Italia ha ottenuto 218 bandiere blu assegnate dalla Fondazione per l'educazione ambientale<sup>3</sup> per la qualità delle spiagge e del mare e 54 per la qualità degli approdi nei porti turistici (Fig. 1):

Fig. 1 - Bandiere blu, 2007



Fonte: Blueflag.org.

<sup>1</sup> Secondo la Convenzione sulla protezione del patrimonio mondiale, culturale e naturale (1972), per patrimonio culturale si intende un monumento, un gruppo di edifici o un sito di valore storico, estetico, archeologico, scientifico, etnologico o antropologico; per patrimonio naturale si fa riferimento alle caratteristiche fisiche, biologiche e geologiche, nonché all'*habitat* di specie animali e vegetali in pericolo e aree di particolare valore scientifico ed estetico.

<sup>2</sup> Elaborazioni CSC su dati Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare.

<sup>3</sup> La Fondazione per l'educazione ambientale è un'organizzazione internazionale *no-profit* che conferisce la bandiera blu alle località che rispondono a molteplici criteri sia per le spiagge sia per gli approdi. Per esempio, nel caso delle spiagge, sono 29 i criteri di valutazione suddivisi in quattro categorie (educazione e informazione ambientale, qualità dell'acqua, gestione ambientale, sicurezza e servizi).

un risultato non soddisfacente se comparato con il numero di spiagge e approdi premiati in altri paesi del Mediterraneo e suoi diretti competitor quali Spagna e Francia.

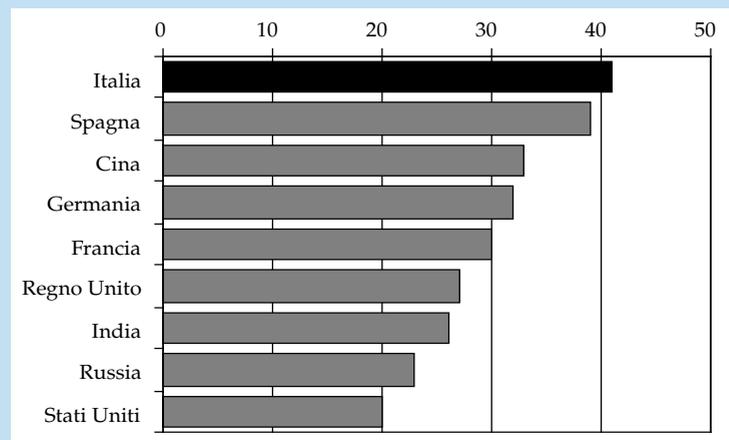
Se si considera che questi riconoscimenti si ripercuotono sulla percezione (e dunque sulle scelte) dei turisti, si comprende come la sola presenza in un Paese di risorse, quali il mare e le coste, non sia un elemento sufficiente per garantirne un solido vantaggio competitivo.

L'attrattività culturale di una località di destinazione è data dalla combinazione di più fattori: dalla dotazione di siti archeologici, centri storici e monumenti, musei e gallerie, e altre componenti del patrimonio culturale del nostro Paese; al sistema di gestione, di conservazione, restauro e valorizzazione delle risorse in dotazione, nonché alla presenza di servizi aggiuntivi. L'insieme di questi elementi contribuisce a rafforzare l'immagine del Paese quale destinazione turistica e ne condiziona la competitività a livello internazionale.

Per catturare alcuni aspetti quantitativi, seppure parziali, dell'offerta culturale del nostro Paese si può partire dal numero di siti riconosciuti dall'UNESCO quale patrimonio dell'umanità. L'Italia ne conta 41 su 830<sup>4</sup> riconosciuti nel mondo, risultando così il Paese europeo - assieme alla Spagna - con il maggior numero di monumenti e luoghi iscritti (Fig. 2).

I numerosi siti UNESCO presenti nel nostro Paese rappresentano elementi importanti del nostro patrimonio culturale e ambientale, ma richiedono altresì interventi adeguati affinché la loro tutela, valorizzazione e gestione siano compatibili con la fruizione turistica e lo sviluppo del ter-

Fig. 2 - Siti UNESCO per paese, 2006



Fonte: UNESCO.

<sup>4</sup> Il 5 per cento dunque del patrimonio dell'umanità è in Italia.

itorio. Si è intervenuti solo recentemente con una legge *ad hoc* (n. 77 del 2006) che stabilisce per i siti UNESCO la redazione e l'applicazione di "piani di gestione", documenti di analisi e pianificazione strategica. I piani partono dall'identificazione dei beni riconosciuti patrimonio dell'Umanità, "definiscono le priorità di intervento e le relative modalità attuative"<sup>5</sup>, individuano le azioni necessarie per reperire risorse finanziarie private e pubbliche, contestualizzano la tutela del bene all'interno della valorizzazione del territorio nel quale il sito è inserito. È prevista anche una serie di interventi a sostegno di una gestione "compatibile" dei siti, in grado di garantire un "corretto rapporto tra flussi turistici e servizi culturali"<sup>6</sup> (tra cui, per esempio, la predisposizione di servizi di assistenza culturale e di ospitalità per il pubblico).

I siti UNESCO rappresentano solo una parte dell'offerta culturale ampia e varia del nostro Paese. Passando ad analizzare i numerosi istituti di antichità e d'arte presenti in Italia, e limitando l'analisi a quelli a pagamento, per i quali si può assumere una motivazione alla visita più elevata rispetto ai siti gratuiti, è rilevante notare che i quattro siti più conosciuti - il complesso del Colosseo e Palatino a Roma, gli scavi di Pompei, le gallerie degli Uffizi e dell'Accademia a Firenze - hanno attratto nel 2005 quasi un quarto (il 23,3 per cento) dei visitatori totali (oltre 37,6 milioni di turisti)<sup>7</sup>. Per questo tipo di attrattori culturali si evince da un lato, un'accentuata polarizzazione della domanda, dall'altro un'inadeguatezza per la restante parte dei siti che compongono il nostro patrimonio culturale, di richiamare segmenti di utenti tradizionalmente lontani (per titolo di studio, età, reddito, ecc.). La concentrazione della domanda permane anche a livello territoriale: includendo nell'offerta i siti archeologici e i musei a ingresso gratuito, fatta eccezione della Sicilia e della Basilicata, nelle altre Regioni un solo sito attrae dal 25 al 48 per cento dei visitatori totali della Regione, fino a raggiungere per il Parco di Miramare nel Friuli-Venezia Giulia il 92,4 per cento<sup>8</sup>.

A polarizzare i visitatori non sono solo le aree archeologiche, i musei e i vari siti storico-culturali, ma anche singole località di interesse storico e artistico, le città d'arte. Mentre la competizione internazionale mette a dura prova la capacità attrattiva del nostro patrimonio naturalisti-

---

<sup>5</sup> Art. 3, comma 2.

<sup>6</sup> Art. 4, comma 1.

<sup>7</sup> I trenta istituti più noti hanno fatto registrare nel 2005 il 51,8 per cento delle presenze. Elaborazioni CSC su dati del Ministero per i beni e le attività culturali.

<sup>8</sup> Le stime sono relative al 2005. Fonte: DPS-UVAL. Cfr. Ministero dello Sviluppo Economico, *Rapporto annuale del DPS - 2006*, Roma.

co in quanto in altre parti del mondo vi sono luoghi e paesaggi di altrettanta bellezza, le città d'arte italiane non sono riproducibili altrove, sono peculiari della nostra offerta turistica. Per tale motivo, esercitano una forte attrazione sulla domanda turistica soprattutto internazionale, anche se la polarizzano a livello territoriale<sup>9</sup>. Dal 2000 al 2005, alla perdita di affluenza turistica delle località balneari (di oltre il 2 per cento) fa riscontro l'aumento delle presenze del 22 per cento circa nelle città d'arte. In termini di quote, nel 2005 i turisti delle città d'arte hanno rappresentato più del 26 per cento delle presenze totali a livello nazionale, una quota inferiore solo al dato registrato dalle località balneari e pari al 31 per cento. A una tale entità della domanda si è adeguata anche l'offerta: nel 2005 nelle località di interesse storico-artistico hanno operato 19.319 esercizi ricettivi, con una capacità di oltre 777 mila posti letto<sup>10</sup>. Di conseguenza, le città d'arte seguono direttamente le località marine sia per peso della domanda sia per dimensione dell'offerta e capacità ricettiva.

Tuttavia, a differenza delle località marine, le città d'arte sono meno soggette alla stagionalità dei flussi e possono contribuire, più di altre tipologie di destinazione, a ridurre questo limite della domanda (e dell'offerta) turistica nel nostro Paese; a realizzare un'offerta turistica "specializzata" per la quale detenere un assoluto vantaggio competitivo; a incentivare lo sviluppo di servizi complementari alla ricettività (si pensi alle attività delle guide e degli accompagnatori turistici, alle numerose attività culturali e ricreative che si possono promuovere) e il miglioramento di quelli esistenti (come nel caso dei trasporti). In questo modo si alimenterebbero anche diversi altri settori economici direttamente e indirettamente legati all'offerta turistica delle città, quali la conservazione e il restauro di opere d'arte, l'editoria e attività di promozione e comunicazione. In questo quadro, la stessa offerta di località di interesse storico e artistico andrebbe ampliata, recuperando e promuovendo luoghi minori, meno conosciuti ma ugualmente capaci di interessare il visitatore.

Per quanto dunque il potenziale turista nazionale ed estero possa percepire l'unicità italiana per dotazione di patrimonio culturale, storico e artistico, per trasformare tale percezione in una domanda sostenibile nel medio-lungo termine, occorre una chiara politica di promozione e valo-

---

<sup>9</sup> Per ulteriori approfondimenti sul turismo culturale si veda Cusimano G. e Giannone M., "Turismi culturali: dai macroprodotti ai segmenti di nicchia", in *Rapporto sul turismo italiano, 2006-2007*, ISTAT-ENIT.

<sup>10</sup> Anche dal lato dell'offerta, secondo i dati ISTAT, le città d'arte sono seconde solo alle località balneari dove, nel 2005, si contano 48.435 strutture ricettive e oltre 1,6 milioni di posti letto.

rizzazione del patrimonio culturale, di investimenti locali accompagnati da quelli nazionali in grado di consolidare lo sviluppo turistico nelle aree e nei territori ricchi di risorse culturali. Non si può disconoscere che in questi ultimi anni si siano compiuti passi avanti sul fronte dell'offerta culturale, in termini di conservazione e restauro, che hanno consentito in numerose località la rifunzionalizzazione di aree archeologiche e monumenti, di ampliamento degli orari di apertura di luoghi visitabili, di numerosità di sedi espositive, ecc.<sup>11</sup>. Tuttavia, tali progressi avrebbero bisogno di essere accompagnati da strategie di offerta diverse in grado di attrarre una domanda mutevole e segmentata, di creare un vero e proprio sistema turistico-culturale capace anche di stimolare la crescita di attività economiche di vario tipo.

---

<sup>11</sup> Sulle politiche di sviluppo dell'offerta culturale si veda Recchia A. (2007), "Patrimonio culturale, turismo e nuove tecnologie", in Touring Club Italiano, *L'annuario del turismo e della cultura*, Milano.

## 11. Le determinanti della competitività turistica nell'indicatore WEF

L'Italia, secondo le stime dell'OMT (*Organizzazione Mondiale del Turismo*), continua a perdere posizioni nella classifica mondiale degli arrivi turistici internazionali ed entro il 2020 dovrebbe scendere dall'attuale quinto al settimo posto. Pur tenendo presente che le previsioni dell'OMT sull'Italia si basano su valori sottostimati della domanda turistica<sup>1</sup>, le dinamiche nazionali segnalano chiaramente che dall'inizio di questo decennio è iniziata una fase di difficoltà per il settore turistico di natura strutturale che sta riducendo sia la capacità di attrazione del nostro Paese sia la competitività dell'industria turistica, in un quadro di forte competizione internazionale.

La competizione nel turismo si genera prima a livello di destinazione e di prodotti turistici "globali", i quali includono i vari fattori di attrattiva di una località e i beni/servizi forniti nel mercato. Una volta scelta questa destinazione o prodotto globale da parte del consumatore-turista, le singole aziende competono tra loro sulla base di alcuni elementi quali il prezzo.

Il consumatore in sostanza decide prima la destinazione, poi sceglie tra le strutture ricettive e quando arriva nella località di destinazione, preferirà determinati servizi di ristorazione rispetto ad altri, sceglierà alcune specifiche attività culturali, sportive, etc. piuttosto che altre<sup>2</sup>.

L'intensificazione delle dinamiche competitive e la progressiva maturità di numerose destinazioni italiane richiedono una riflessione sui fattori che condizionano la competitività della nostra industria turistica. Nel processo di globalizzazione, la capacità competitiva degli operatori dipende non solo da elementi interni alle imprese stesse, ma anche da fattori di sistema.

Tra i fattori interni che definiscono le capacità operative e strategiche delle imprese si possono includere la disponibilità di risorse umane e manageriali, di strutture tecnologiche; l'organizzazione e la capacità di relazione, l'informazione e la comunicazione; le dimensioni aziendali e le forme di of-

---

<sup>1</sup> In Italia si sottostima, perché non rilevato sistematicamente, il segmento di domanda turistica di residenti e non residenti che alloggiano nelle seconde case per vacanza. Per le previsioni sui movimenti turistici in Europa si veda OMT (2006), *Tourism Market Trends-Europe*.

<sup>2</sup> Le imprese turistiche si differenziano da quelle manifatturiere per le quali la competitività si gioca tra singoli beni/prodotti sugli stessi mercati e non esiste un prodotto "globale" a monte del prodotto specifico da acquistare. Si veda anche Sainaghi R. (2005), "Destination management e competitività delle imprese turistiche", in *Impresa turismo*, (a cura di) ISNART, Roma.

ferta (semplice o complessa); le politiche di *branding*, il prezzo e la qualità dei servizi offerti. Tra i fattori esterni, in primo luogo vi sono quelli che condizionano in generale l'operatività delle imprese come il contesto socio-economico-produttivo, il funzionamento del mercato del credito e la fiscalità. In secondo luogo, vi sono elementi che condizionano più direttamente le imprese turistiche, tra cui:

- la località e l'ubicazione dell'impresa all'interno della località, nonché la vicinanza alle attrattive del luogo;

- il sistema delle infrastrutture e dei trasporti. L'attrattività delle località di destinazione risulta condizionata dalla più o meno facile accessibilità, dal sistema di infrastrutture e trasporti presenti nel territorio e dai relativi costi;

- l'efficienza della PA e l'attività di regolamentazione pubblica. Per la complessità e trasversalità del settore, risultano rilevanti per l'azienda turistica sia un'efficiente ed efficace erogazione di servizi pubblici, sia gli adempimenti burocratici e i tempi di attesa (si pensi alle procedure per il rilascio di concessioni e autorizzazioni per l'utilizzo di beni demaniali quali le spiagge), sia la regolamentazione nazionale e locale che condizionano l'avvio e l'esercizio di un'attività (si pensi ai vincoli urbanistici, alla fissazione di tempi di apertura e chiusura di un'attività, ecc.).

Il *World Economic Forum* (WEF) ha per la prima volta quest'anno misurato la competitività del settore turistico elaborando un apposito indicatore - il *Travel and Tourism Competitiveness Index* (TTCI) - per 124 paesi (tra cui l'Italia) volto a sintetizzare quei fattori e quelle politiche che rendono più o meno vantaggioso lo sviluppo del settore nei paesi medesimi. L'indice sintetico è composto da tre sottoindici i quali derivano, a loro volta, dalla combinazione di singole variabili costruite sulla base di dati statistici e qualitativi ottenuti dall'elaborazione delle risposte a un questionario annuale (*Executive Opinion Survey*) somministrato ai *senior manager* di ciascun paese oggetto dell'indagine.

I tre sottoindici prendono in considerazione principalmente i fattori esterni alle imprese, tra cui (Tab. 1):

1) **la regolamentazione e l'ambiente normativo.** Questo macro-indicatore è costruito sulla base della valutazione data in generale sull'assetto legislativo e regolamentare, in particolare sulle norme che disciplinano la protezione ambientale, la sicurezza, la salute e l'igiene. In questo ambito l'Italia, con un punteggio di 4,8<sup>3</sup> risulta al 42° posto;

---

<sup>3</sup> Il range per l'indicatore sintetico e per ciascun macro-indicatore va da 1 a 7.

2) **il business environment e le infrastrutture.** Il sottoindice include tra le variabili di base i trasporti, aereo e di terra, le infrastrutture turistiche (noleggio auto, sportelli bancomat, ecc.), la disponibilità e l'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) e i fattori di competitività di prezzo (inclusi il costo del carburante, le tasse aeroportuali, ecc.). Per questa dimensione l'Italia si colloca al 30° posto;

3) **le risorse umane, culturali e naturali.** Tra le variabili puntuali vi sono il grado di formazione professionale, di flessibilità del mercato del lavoro, la qualità del sistema scolastico, nonché

**Tab. 1 - Indicatore WEF di competitività turistica, 2007**

(posizione nel ranking dei 124 paesi oggetto dell'indagine)

Paesi	Indicatore sintetico	Macro-indicatori componenti l'indice generale		
		Assetto normativo e regolamentare	Business environment e infrastrutture	Risorse umane, culturali e naturali
Svizzera	1	2	2	2
Austria	2	3	12	1
Germania	3	6	3	6
Stati Uniti	5	33	1	12
Hong Kong	6	4	14	14
Canada	7	15	4	16
Regno Unito	10	21	6	10
Francia	12	13	5	28
Spagna	15	25	7	19
Finlandia	16	7	18	33
Emirati Arabi	18	18	19	24
Portogallo	22	11	22	30
Grecia	24	20	32	15
Giappone	25	28	17	38
Malta	26	23	31	21
Israele	32	36	33	35
<b>Italia</b>	<b>33</b>	<b>42</b>	<b>30</b>	<b>32</b>
Croazia	38	58	40	11
Turchia	52	53	63	48
Russia	68	100	49	65
Cina	71	78	61	93

Fonte: WEF.

**Tab. 2 - Punti di maggiore forza e debolezza della competitività turistica italiana**  
(posizione dell'Italia nelle variabili puntuali)

Punti di forza	Posizione <sup>1</sup>	Punti di debolezza	Posizione <sup>1</sup>
<b>Salute e igiene</b>		<b>Ambiente normativo e regolamentare</b>	
Accesso a un sistema sanitario progredito	1	Restrizioni alla proprietà estera	103
Accesso ad acqua potabile	1	Norme relative agli investimenti diretti esteri	101
Densità di medici	5		
<b>Infrastrutture aeroportuali</b>		<b>Infrastrutture aeroportuali e di terra</b>	
		Densità degli aeroporti	101
Numero di linee aeree operative	5	Qualità delle infrastrutture aeroportuali	67
Posti disponibili per km	12	Infrastrutture portuali	77
<b>Infrastrutture turistiche</b>		<b>Regolamentazione ambientale</b>	
Presenza di compagnie di noleggio di autoveicoli	1	Priorità data dal Governo a un turismo ecosostenibile	106
Numero di camere d'albergo	10		
Sportelli bancomat che accettano carte di credito Visa	11	<b>Priorità data al settore viaggi e turismo</b>	
<b>Tecnologie dell'informazione e telecomunicazione (ICT)</b>		Efficacia delle politiche di <i>marketing</i> e <i>branding</i>	93
Numero di utilizzatori di internet	21	Priorità politica verso le esigenze dell'industria turistica	92
Numero di linee telefoniche	27	<b>Competitività di prezzo dell'industria turistica</b>	
<b>Risorse umane</b>		Peso della fiscalità	120
Tasso di iscrizione alla scuola elementare	1	Livello del prezzo dei carburanti	118
Incidenza della malaria sulla popolazione	1	Parità del potere d'acquisto	103
Aspettativa di vita	3	<b>Risorse umane</b>	
Incidenza della tubercolosi sulla popolazione	9	Procedure di assunzione e licenziamento	114
<b>Risorse naturali e culturali</b>		Qualità del sistema scolastico	72
Numero di siti UNESCO	1	Formazione professionale	62
Rischio di malaria e di febbre gialla	1	<b>Percezione nei confronti del turismo nazionale</b>	
Danni da biossido di carbonio	15	Grado di apertura	72
		Attitudine verso i turisti	70

<sup>1</sup> Si intende la posizione nel *ranking* di 124 Paesi.

Fonte: WEF.

il grado di apertura del settore turistico nazionale e l'approccio verso i turisti stranieri. Per la dotazione di tali risorse l'Italia risulta al 32° posto con un punteggio di 5,2.

Sulla base dell'indicatore sintetico di competitività (TTCI) ottenuto come media dei punteggi di ciascun sottoindice l'Italia risulta al 33° posto, al di sotto di tutti i paesi industriali, nonostante la sua ricchezza artistico-culturale. Ai vertici della classifica di competitività vi sono invece la Svizzera, l'Austria e la Germania e i nostri diretti *competitor*, Francia e Spagna, si collocano rispettivamente al dodicesimo e quindicesimo posto. I *best competitors* risultano essere paesi altamente sicuri, dotati di infrastrutture e di un sistema di trasporti capillari ed efficaci, con un servizio di accoglienza di alta qualità anche per l'elevata professionalità della forza lavoro impiegata nel settore.

Dall'analisi degli elementi puntuali utilizzati dal WEF emerge che lo svantaggio dell'Italia risulta molto ampio per alcuni vincoli normativi (Tab. 2), in particolare per le restrizioni imposte alla proprietà estera e agli investitori esteri; per la scarsa rilevanza attribuita dai *policy-maker* alle politiche per il turismo, specificamente per un turismo ecosostenibile e per gli interventi a sostegno dell'industria turistica; per la mancanza di un'efficace strategia di *marketing* e di *branding*. Un giudizio negativo è attribuito anche ai trasporti, specie agli aeroporti e ai porti, e ai costi da sostenere nel nostro paese in termini di imposizione fiscale e di costi del carburante. Altre debolezze del nostro sistema turistico sembrano essere una scarsa flessibilità del mercato del lavoro, una mediocre qualità del capitale umano e una scarsa apertura verso i turisti *incoming*.

Nell'analisi del WEF l'Italia, invece, è al primo posto per numero di siti UNESCO, per la presenza di aziende di noleggio di autoveicoli, per l'ampio accesso ad acqua potabile e per un'assistenza sanitaria progredita. L'Italia si posiziona relativamente meglio in generale nei fattori relativi alla salute e all'igiene e alle infrastrutture "turistiche".

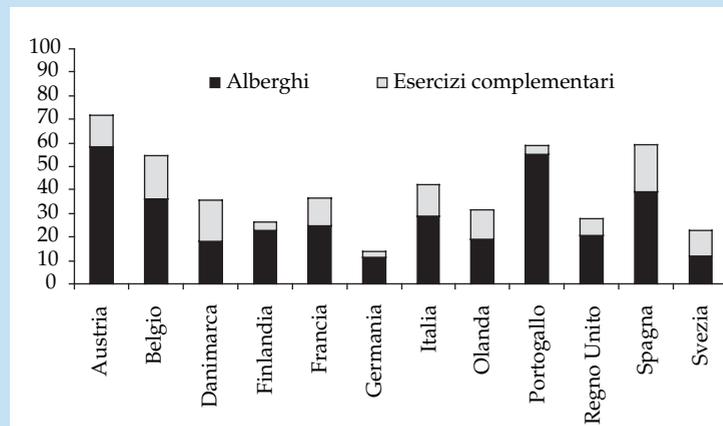
## 12. La domanda turistica per tipologia di strutture ricettive\*

Nel 2005 l'Italia ha registrato un numero di presenze di turisti stranieri superiore a 148 milioni di notti, pari al 42,1 percento delle presenze complessive. La quota della domanda generata da soggetti non residenti è risultata maggiore rispetto a quella media delle maggiori economie dell'area dell'euro (38,3 percento), più elevata di quella francese, tedesca e inglese, ma notevolmente inferiore rispetto a quella dell'Austria, della Spagna e del Portogallo. Complessivamente gli stranieri hanno trascorso poco meno del 70 percento delle notti nelle strutture alberghiere e la restante parte nei cosiddetti esercizi complementari (Fig. 1). Una tale composizione della domanda straniera per tipologia ricettiva è molto simile a quella della Francia e della Spagna, i nostri maggiori concorrenti nell'area di riferimento.

Lo stesso tipo di composizione caratterizza anche le presenze in Italia da parte di soggetti residenti e questo risultato è confermato anche per la Francia; esso è lievemente diverso invece per la Spagna, dove la quota delle notti spese in albergo dai residenti sale al 74 percento di quelle complessive.

I dati mostrano inoltre che la situazione è rimasta pressoché invariata nel tempo: nel 2000 la composizione della domanda turistica estera in Italia per tipologia di struttura ricettiva era

**Fig. 1 - Presenze di turisti stranieri per tipologia ricettiva, 2005**  
(in percentuale delle presenze totali)



Fonte: elaborazioni su dati Eurostat.

\* A cura di Alessandro Terzulli (Divisione Analisi dei mercati globali - SACE).

uguale a quella del 2005 (69 per cento per gli alberghi e 31 per cento per gli esercizi complementari) così come in Francia.

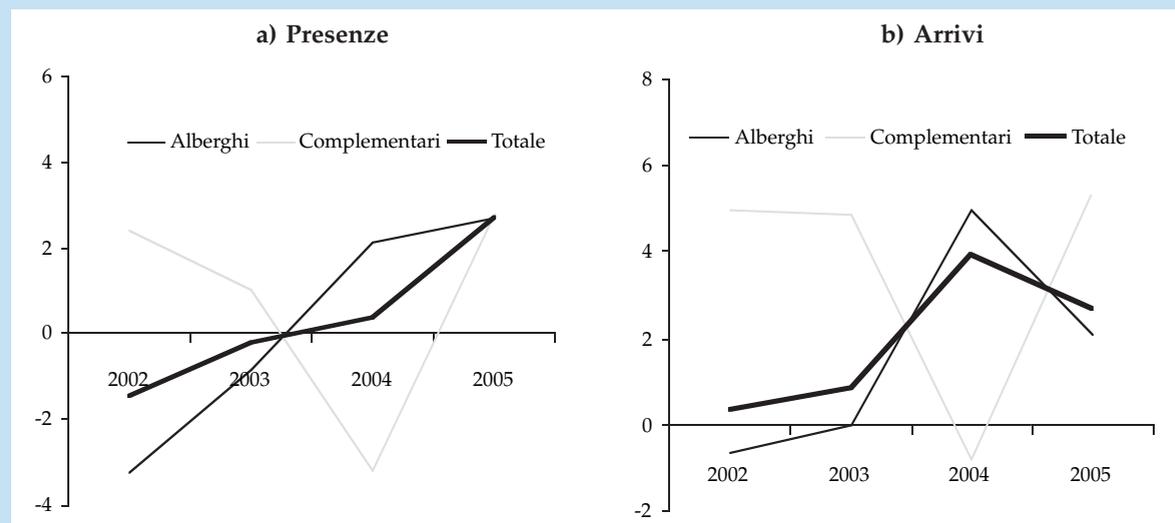
Anche la composizione per la domanda turistica interna non era nel 2000 molto diversa da quella del 2005. Ne emerge pertanto un quadro abbastanza statico, seppure ad un livello di disaggregazione delle tipologie della ricettività ancora poco fine.

Tra il 2000 e il 2005 le presenze complessive nelle strutture italiane sono aumentate a un tasso medio annuo dell'1,6 per cento, con aumenti rispettivamente dell'1,4 per cento del numero di notti negli alberghi e simili e del 2,6 per cento negli esercizi complementari. Osservando tuttavia la dinamica delle presenze per ogni anno, dopo i cali del 2002 e del 2003 si è ritornati a un tasso di crescita positivo nel 2004 con una forte accelerazione della domanda nel 2005. Su quest'ultima hanno influito allo stesso modo le *performance* delle presenze sia negli alberghi sia negli esercizi complementari. Nel secondo caso, si è passati da una riduzione del 3,2 per cento nel 2004 a un incremento del 2,8 per cento nel 2005, dopo il rallentamento iniziato nei primi anni duemila. Nel primo caso, invece, si è avuto un recupero graduale nelle presenze dopo la caduta del 2002 (Fig. 2a).

Nel 2005 si è inoltre arrestata la riduzione della permanenza media dei visitatori nelle strutture: il tasso di crescita annuo delle presenze è stato uguale a quello degli arrivi, dopo tre anni in cui la dinamica delle prime era stata di intensità sempre minore rispetto ai secondi. In particolare, tra il 2002 e il 2005, a eccezione del 2004, l'evoluzione degli arrivi complessivi è stata sostenuta dagli aumenti degli arrivi presso gli esercizi complementari, dell'ordine del 5 per cento circa in ognuno degli anni. Per gli arrivi presso le strutture alberghiere una crescita simile si è verificata solo nel 2004, con risultati di portata minore negli altri anni del periodo in esame (Fig. 2b).

La riduzione della permanenza media dei turisti (e conseguentemente della spesa media, con ricadute sul valore aggiunto generato dal settore) nelle strutture ricettive italiane è spiegata solo in parte da fattori di natura congiunturale. Questi risultati sono infatti coerenti con la debole crescita del reddito interno e il generale rallentamento economico che ha caratterizzato l'Italia e l'Europa (più in particolare, la Germania, che è il più importante paese di origine della domanda turistica verso mete italiane). Ma vi sono anche fattori di natura strutturale che hanno determinato la perdita di competitività turistica del nostro Paese. Non si può infatti escludere (*infra*) che, a parità di arrivi, le minori presenze siano spiegate almeno parzialmen-

**Fig. 2 - Dinamica di presenze e arrivi in Italia per tipologia ricettiva**  
(variazioni percentuali)



Fonte: elaborazioni su dati ISTAT.

te da una dinamica, in alcuni casi, di aumento del rapporto tra prezzo e qualità nella ricezione turistica.

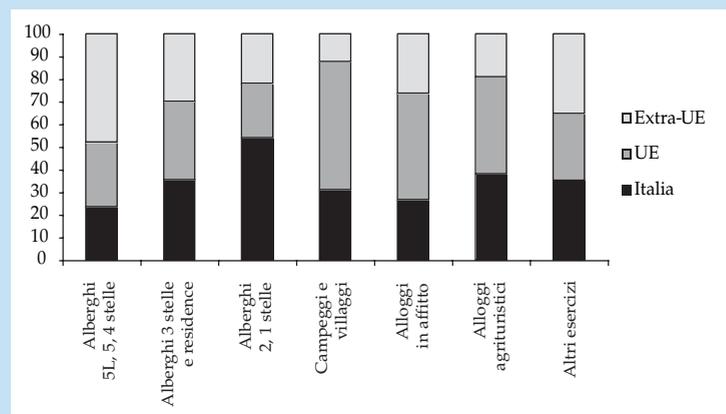
Nel 2005 la domanda per le strutture alberghiere di fascia molto alta era distribuita equamente tra le presenze originate dai paesi extra-UE – influenzata molto dalla domanda dei visitatori statunitensi e giapponesi (il 62 per cento delle presenze complessive dei paesi extra-UE negli hotel a 5 lusso, 5 e 4 stelle) – e dai paesi UE e interna (poco più 20 per cento le presenze degli italiani in questo tipo di alberghi; Fig. 3). Tale caratteristica non vale per la ricezione alberghiera di fascia media e bassa, per le quali le presenze degli italiani contano per il 35 per cento, una quota all'incirca equivalente a quella delle presenze dai paesi UE, e quelle dei visitatori extra-UE, quindi, per il rimanente 30 per cento. Va ricordato che le presenze nelle strutture alberghiere di

fascia alta rappresentano quasi un terzo di quelle totali negli alberghi. Le presenze negli hotel a 3 stelle e nelle residenze turistico-alberghiere sono pari a circa la metà delle notti spese in albergo e quindi le presenze negli alberghi a 1 e 2 stelle rappresentano la restante quota di poco inferiore al 15 per cento.

Con riguardo alle diverse tipologie di esercizi complementari, la quota delle presenze di turisti italiani e dei paesi UE è molto alta (quasi il 90 per cento) per i campeggi e i villaggi, relativamente più bassa sia per gli alloggi in affitto sia per quelli agrituristici (circa il 70 per cento) e ancora inferiore per gli altri esercizi complementari<sup>1</sup> (poco più del 60 per cento). Il peso di ognuna delle quattro tipologie di esercizio complementare in termini di presenze è superiore al 50 per cento per i campeggi e villaggi, pari al 27 per cento per gli alloggi in affitto, del 13 per cento circa per gli altri esercizi e più del 5 per cento per gli alloggi agrituristici. Questi ultimi, sebbene abbiano il peso minore, hanno presentato lo sviluppo maggiore negli ultimi anni e costituiscono una delle formule più innovative tra gli esercizi complementari italiani per il valore che in essi ha il legame con il territorio. Quest'ultimo aspetto è molto importante per gli effetti indiretti – ne deriva un'ulteriore conferma della natura trasversale del settore – che il turismo genera sugli altri settori, in particolare quelli manifatturieri tradizionali del *made in Italy*. E questo non solo limitatamente alla breve esperienza di visita, specie per i visitatori stranieri, ma soprattutto in termini di abitudini di consumo che poi possono entrare a fare parte dello stile di vita dei soggetti, con il conseguente rilevante effetto-trai-

**Fig. 3 - Presenze nelle strutture ricettive italiane per paese di origine della domanda, 2005**

(in percentuale delle presenze totali per struttura)



Fonte: elaborazioni su dati ISTAT.

<sup>1</sup> Questa categoria residuale include gli alloggi, gli ostelli della gioventù, le case per ferie e i rifugi alpini e simili.

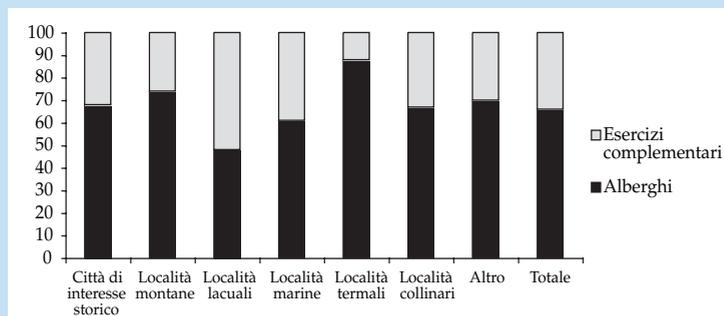
no sulle esportazioni delle merci italiane più tipiche e difficilmente riproducibili al di fuori del loro territorio di provenienza.

La scelta della tipologia di struttura ricettiva, oltre che dall'area di provenienza della domanda dipende dalla tipologia di località turistica scelta come destinazione. Sul totale delle presenze in Italia nel 2005, la quota più alta di presenze sul totale nelle strutture alberghiere ha riguardato le località termali. Solo un decimo circa delle notti spese in località termali interessano gli esercizi complementari (Fig. 4). La quota di presenze negli esercizi complementari, invece, su quelle totali è molto elevata (anche se non troppo dissimile alla quota degli alberghi) soprattutto nelle località lacuali concentrate nelle Regioni settentrionali del Paese. Per quanto riguarda le mete cittadine di interesse storico-culturale, le località montane e marine e quelle collinari, la quota maggiore di presenze si riscontra per le strutture alberghiere con quote che variano dal 61 percento per le destinazioni di mare al 74 percento per la montagna.

Relativamente al solo movimento alberghiero nei periodi festivi più importanti<sup>2</sup> emerge che i dati positivi del 2005 dovrebbero essersi ripetuti anche nel 2006, in particolare nel periodo delle vacanze pasquali<sup>3</sup>, quando le presenze e gli arrivi sono aumentati, nell'ordine, del 17,5 percento e del 24,9 percento rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente. Molto favorevole è stata la crescita della domanda straniera nelle strutture alberghiere del Sud e

**Fig. 4 - Presenze nelle tipologie di località e per tipologia ricettiva, 2005**

(in percentuale del totale delle presenze)



Fonte: Ministero dello Sviluppo Economico.

<sup>2</sup> ISTAT, Statistiche sul movimento alberghiero nei periodi Natale-Epifania, 2005-2006; Pasqua, 2006 e 2007; Ferragosto, 2006 e 2007.

delle isole (+29,4 percento le presenze e +40,6 percento gli arrivi). Anche l'inizio del 2007 dovrebbe essere stato positivo, mentre i dati relativi al movimento alberghiero della Pasqua del 2007 sono risultati negativi (-10,4 percento per le presenze e -12,4 percento per gli arrivi), anche per effetto del confronto con la forte crescita verificatasi nello stesso periodo del 2006.

---

<sup>3</sup> Va precisato che questi risultati risentono di un effetto di calendario che, nel 2006, è stato particolarmente favorevole per alcune tipologie di turismo stagionale.

---

### 13. Il peso del turismo nell'economia

Nelle statistiche ufficiali, sia nazionali sia internazionali, non è possibile stabilire una corrispondenza biunivoca tra il turismo e una specifica branca di attività che ne definisca in maniera esaustiva l'ambito e i relativi aggregati rilevanti, quali numero di imprese, occupazione, fatturato e valore aggiunto.

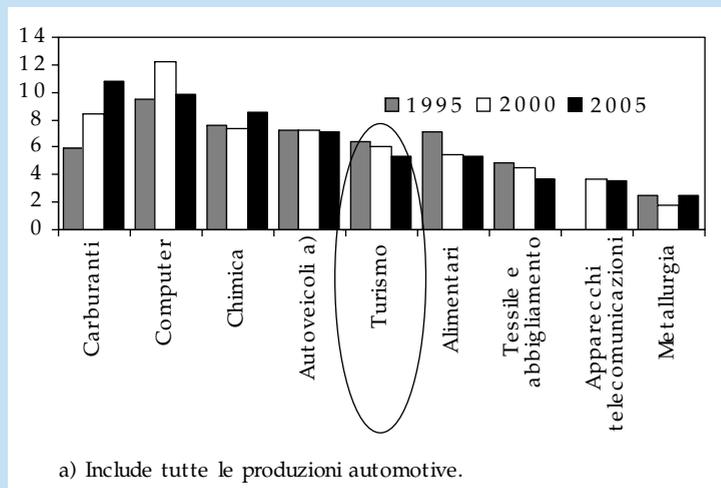
Le statistiche a livello mondiale rilevano il turismo dal lato della domanda, quale componente del commercio internazionale di beni e servizi. La voce "viaggi" che lo identifica figura, infatti, tra le esportazioni (importazioni) di servizi insieme ai "trasporti" e alla voce residuale "altri servizi". La sua importanza relativa viene misurata rapportando il valore nominale della voce "viaggi" al totale delle esportazioni mondiali, a prezzi correnti.

Secondo i dati dell'Organizzazione Mondiale del Commercio (OMC), l'incidenza del turismo è risultata nel 2005 pari al 5,3 per cento delle esportazioni mondiali, sebbene in calo progressivo dal 1995 (Fig. 1).

La principale meta del turismo mondiale è sempre stata l'Europa (Tab. 1). Verso il nostro continente si sono diretti nel 2006 oltre la metà degli arrivi mondiali complessivi. La quota europea, dopo aver raggiunto il picco massimo nel 1960 (72,6 per cento del totale degli arrivi), si è progressivamente ridimensionata nei decenni successivi a vantaggio di altre aree, come

**Fig. 1 - Il turismo nel commercio mondiale**

(quote in percentuale del totale delle esportazioni mondiali di beni e servizi)



Fonte: elaborazioni CSC su dati Organizzazione Mondiale del Commercio (OMC).

Asia e Pacifico, Africa e Medio Oriente. Queste tre aree, che nel 1950 non raggiungevano insieme il 4 per cento degli arrivi totali, nel 2006 hanno assorbito complessivamente quasi il 30 per cento degli arrivi. In particolare, Asia e Pacifico hanno sorpassato sin dal 2002 le Americhe in termini di arrivi turistici internazionali, divenendo la seconda area più visitata al mondo dopo l'Europa.

All'interno di ciascun paese, la statistica ufficiale contempla il turismo sia nella bilancia dei pagamenti, sia nell'ambito della Contabilità nazionale, sempre dal lato della domanda.

**Tab. 1 - Distribuzione degli arrivi turistici internazionali per area geografica**  
(quote percentuali)

Anni	Europa	Americhe	Asia e Pacifico	Africa	Medio Oriente	Mondo
1950	66,4	29,7	0,9	2,1	0,9	100,0
1960	72,6	24,0	1,3	1,2	0,9	100,0
1970	68,2	25,5	3,7	1,5	1,1	100,0
1980	64,9	21,4	8,5	2,6	2,6	100,0
1990	61,5	20,4	12,7	3,3	2,1	100,0
2000	57,1	18,6	16,8	4,0	3,5	100,0
2005	54,7	16,6	19,4	4,7	4,8	100,0
2006 <sup>1</sup>	54,3	16,2	19,9	4,9	4,8	100,0

<sup>1</sup> Dati provvisori.

Fonte: elaborazioni CSC su dati OMT.

Nel 2006 gli Stati Uniti sono risultati al primo posto per incassi derivanti dal turismo, seguiti da Spagna, Francia e Italia (Tab. 2). Quanto a uscite, a spendere di più, nello stesso anno, per viaggi all'estero sono stati nell'ordine gli Stati Uniti, la Germania e il Regno Unito. I paesi con l'avanzo più elevato sono risultati gli Stati Uniti seguiti da Spagna e Italia. Merita di essere segnalato che nel 2006 il saldo italiano è migliorato significativamente.

**Tab. 2 - La bilancia dei pagamenti turistica nei principali paesi**  
(valori in milioni di euro)

Paese	2005			2006		
	Entrate	Uscite	Saldo	Entrate	Uscite	Saldo
Stati Uniti	81.999	59.125	22.874	106.667	78.252	28.415
Spagna	38.495	12.125	26.370	40.710	13.265	27.444
Francia	33.981	25.071	8.910	34.172	25.626	8.547
<b>Italia</b>	<b>28.400</b>	<b>17.960</b>	<b>10.440</b>	<b>30.281</b>	<b>18.229</b>	<b>12.052</b>
Regno Unito	24.668	47.976	-23.308	26.691	49.876	-23.185
Germania	23.474	58.430	-34.956	26.091	59.596	-33.506
Turchia	14.590	2.308	12.282	n.d.	n.d.	n.d.
Austria	12.432	8.883	3.549	13.267	7.407	5.860
Grecia	11.037	2.446	8.591	n.d.	n.d.	n.d.
Giappone	10.018	30.229	-20.211	8.470	26.876	-18.406
Olanda	8.421	12.996	-4.575	9.172	13.592	-4.418
Belgio	7.929	11.940	-4.011	9.187	13.710	-4.522
Portogallo	6.375	2.473	3.902	6.648	2.625	4.023
Svezia	5.964	8.669	-2.705	7.251	9.181	-1.931
Croazia	5.961	604	5.356	n.d.	n.d.	n.d.
Polonia	5.056	3.507	1.549	5.744	4.542	1.203
Danimarca	3.978	5.196	-1.218	4.195	5.541	-1.346
Irlanda	3.813	4.882	-1.069	4.175	5.434	-1.259
Rep. Ceca	3.725	1.940	1.785	3.993	2.119	1.874
Ungheria	3.427	2.343	1.084	3.601	2.091	1.510
Lussemburgo	2.906	2.398	508	2.883	2.491	389
Norvegia	2.680	8.187	-5.506	n.d.	n.d.	n.d.
Bulgaria	1.955	1.040	914	2.063	1.171	890
Cipro	1.875	750	1.125	1.913	780	1.132
Finlandia	1.757	2.461	-704	1.879	2.724	-845
Romania	852	750	102	1.033	1.034	0
Malta	610	216	394	608	253	354

Fonte: elaborazioni CSC su dati Eurostat.

L'Italia mostra una spiccata vocazione per il turismo (Tab. 3): la voce "viaggi" rappresenta nel 2006 poco meno del 40 per cento delle esportazioni complessive di servizi, un valore ben al di sopra della media europea (24,6 per cento). Nel decennio 1991-2000, per l'effetto Giubileo, la quota dei viaggi italiana si è accresciuta ma è poi andata progressivamente ridimensionandosi nel tempo. Questa dinamica negativa è in controtendenza con la sostanziale tenuta registrata nel 2006, rispetto alla media del

quinquennio 2001-2005, da Germania e Regno Unito e soprattutto con l'incremento registrato dalla Francia. Una riduzione ha interessato invece Spagna, Grecia e Portogallo. Il dato più rilevante, comunque, è il significativo aumento dell'incidenza in Francia rispetto agli anni ottanta: nel 2006 la quota è risultata di ben 14 punti percentuali più elevata. Pur trattandosi di un'economia matura, come la nostra, il paese transalpino ha dunque registrato non una perdita di importanza del turismo bensì un suo deciso incremento.

I settori di attività coinvolti in maniera diretta e indiretta nelle attività turistiche sono trasversali all'intero sistema economico (agricoltura, manifattura, costruzioni). La trasversalità del turismo è tale da coinvolgere non solo il settore privato ma anche quello pubblico, da cui il concetto più ampio di economia turistica<sup>1</sup>.

Il "conto satellite del turismo" (*Tourism Satellite Account, SA*) è lo strumento statistico-conta-

**Tab. 3 - Incidenza della voce "viaggi" sulle esportazioni totali di servizi**

(valori percentuali)

	1981-1990 <sup>1</sup>	1991-2000 <sup>1</sup>	2001-2005 <sup>1</sup>	2006
Tunisia	11,09	14,70	14,59	14,05
Francia	23,67	34,36	37,33	37,84
Germania	24,20	24,74	20,27	20,06
Grecia	48,06	42,43	43,91	40,37
Italia	43,10	45,24	43,37	38,04
Portogallo	63,77	62,17	55,27	49,22
Regno Unito	24,21	23,59	15,09	14,67
Spagna	64,98	62,57	53,36	47,57

<sup>1</sup> Valori medi nel decennio/quinquennio.

Fonte: elaborazioni CSC su dati OMT.

<sup>1</sup> Il coinvolgimento del settore è duplice: da un lato, le spese pubbliche per la promozione, per la gestione dell'aviazione, per la sicurezza; dall'altro, i trasferimenti e sussidi pubblici per la fornitura di servizi culturali e ricreativi che si configurano come servizi *non-market* individuali. Il sistema di contabilità nazionale definito dallo SNA93 e dall'ESA95 ha introdotto il consumo effettivo che include, oltre alle spese delle famiglie, quelle sostenute dalla pubblica amministrazione e dalle istituzioni sociali private per erogare servizi alle famiglie.

bile appositamente concepito<sup>2</sup> per cogliere tutte le interdipendenze settoriali che si generano all'interno di un'economia per soddisfare la domanda turistica, garantendo così una valutazione più esaustiva dell'impatto economico del turismo.

Stime del conto satellite vengono effettuate annualmente per vari paesi dal *World Travel&Tourism Council* (WTTC) con un aggiornamento annuale.

Se si tiene conto di tutti i settori coinvolti in Italia il peso percentuale dell'economia turistica risulta pari a circa il 10 per cento del PIL (Tab. 4) con valori analoghi a Francia e Germania, ma notevolmente inferiori a Spagna e Grecia.

Rispetto ai dati del WTTC, le stime relative all'Italia Ciset-IRPET riescono a fornire una disag-

**Tab. 4 - Impatto economico del turismo in termini di valore aggiunto e occupazione stimato dal conto satellite, 2004**

	Italia	Francia	Germania	Spagna	Grecia	Regno Unito
Valore aggiunto diretto dell'industria V&T (miliardi di euro)	61,3	70,9	66,3	66,0	14,0	42,7
Occupazione diretta (in unità) dell'industria V&T	1.052	1.284	1.240	1.494	450	950
Valore aggiunto diretto e indiretto dell'economia V&T (miliardi di euro)	148,7	191,2	227,5	176,3	31,4	115,5
Occupazione diretta e indiretta dell'economia V&T	2.625	3.257	4.173	3.899	869	2.599
PIL <sup>1</sup>	1.475	1.792	2.309	976	195	1.892
Occupazione totale <sup>2</sup>	24.754	25.278	39.090	19.848	4.093	28.960
Peso %						
valore aggiunto industria V&T su PIL	4,2	4,0	2,9	6,8	7,2	2,3
occupazione industria V&T su occupazione totale	4,2	5,1	3,2	7,5	11,0	3,3
valore aggiunto economia V&T su PIL	10,1	10,7	9,9	18,1	16,1	6,1
occupazione economia V&T su occupazione totale	10,6	12,9	10,7	19,6	21,2	9,0

<sup>1</sup>Valutato a prezzi correnti in miliardi di euro.

<sup>2</sup> In termini di unità di lavoro standard misurate in migliaia.

Fonte: elaborazioni CSC su dati WTTC.

<sup>2</sup> Gli organismi internazionali coinvolti nella standardizzazione delle definizioni, classificazioni e metodologie per la costruzione del conto satellite sono OMT, OCSE, Eurostat, WTTC.

gregazione maggiore per alcuni comparti rilevanti, quali i consumi turistici che vengono distinti per i residenti e per i visitatori internazionali, il valore aggiunto diretto e indiretto e l'occupazione diretta e indiretta.

CISET-IRPET stimano infatti che l'ammontare della spesa turistica effettuata all'interno del territorio è risultato pari nel 2005 a 88,6 miliardi di euro. L'incidenza sui consumi finali interni è risultata pari al 10,5 per cento, come nel 2004. Disaggregando questa spesa complessiva nelle due componenti, domestica e internazionale, risulta che 59,4 miliardi derivano dalle spese dei turisti italiani in Italia (pari al 67,1 per cento del totale) e 29,1 miliardi da quelle effettuate dagli stranieri in Italia.

Secondo le stime CISET, l'industria "viaggi e turismo" ha generato nel 2005 un valore aggiunto complessivo (diretto e indiretto) pari a 69,9 miliardi di euro, la cui incidenza sul valore aggiunto totale italiano è pari al 4,9 per cento. Il numero di lavoratori<sup>3</sup> che nel 2005 sono risultati occupati nell'industria turistica, sia nelle attività direttamente turistiche che in quelle indirette, ha raggiunto 2.354.000 unità di lavoro, pari al 9,7 per cento degli occupati totali.

Il comparto degli alberghi e ristoranti, con un valore aggiunto direttamente attivato dai consumi turistici di 17 miliardi si conferma essere, anche nel 2005, il primo settore dell'industria turistica italiana, per valore aggiunto e per occupazione. In termini di valore aggiunto generato direttamente dalla domanda turistica, il settore

**Tab. 5 - Valore aggiunto e occupazione per ramo e branca attivati dai consumi turistici, 2005**

(composizioni percentuali; effetti diretti e indiretti)

Ramo e branca	Valore aggiunto	Occupati
Alberghi e ristoranti	24,9	33,5
Commercio	16,4	17,1
Locazione di fabbricati	13,5	0,9
Altri prod. della trasf. industriale	7,0	5,1
Attività ricreative	6,9	11,5
Servizi vari	6,7	5,4
Agricoltura	6,1	12,8
Trasporti	5,4	4,0
Alimentari	5,0	4,4
Prodotti energetici	3,5	0,9
Tessili e cuoio	2,0	2,6
Intermediazione mon. e finanz.	1,8	0,6
Costruzioni	1,0	1,1
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: elaborazioni CSC su dati CISET-IRPET.

<sup>3</sup> La forza lavoro occupata nel settore turistico include coloro che svolgono attività strettamente collegate ai viaggiatori ed ai turisti (alberghi, ristoranti, personale delle linee aeree, ecc.), sia tutti coloro che pur non avendo un contatto diretto con i viaggiatori svolgono per loro attività collegate (servizi di lavanderia agli alberghi, *catering* per gli aerei, ecc.).

raggiunge un'incidenza del 38 per cento sul totale, mentre considerando anche gli apporti indiretti la sua incidenza scende al 24,9 per cento, per gli effetti di attivazione su altri settori che sono meno turistici (Tab. 5). Negli alberghi e ristoranti ha trovato occupazione la metà della forza lavoro impiegata nel settore turistico in senso stretto, quota che passa a un terzo (789.000 unità di lavoro) se si includono anche gli effetti indiretti.

Il comparto del commercio si colloca al secondo posto sia per valore aggiunto che per occupazione con una quota intorno al 19 per cento per i soli effetti diretti (che scende al 16,4 per cento includendo gli effetti indiretti). La locazione di fabbricati, invece, pur occupando meno dell'1 per cento della forza lavoro del settore turistico, produce il 13,5 per cento del valore aggiunto complessivo del settore.

Quanto a capacità di generare effetti indotti nel sistema economico, gli stranieri attivano, sia direttamente sia indirettamente, la quota maggiore di valore aggiunto e di occupazione (Tabb. 6 e 7).

**Tab. 6 - Valore aggiunto per ramo e branca direttamente e indirettamente attivato dalla domanda di consumi turistici, 2005**

(composizioni percentuali)

Ramo e branca	Diretto			Diretto e indiretto		
	Stranieri	Italiani	Totali	Stranieri	Italiani	Totali
Alberghi e ristoranti	49,2	31,9	37,8	32,1	21,1	24,9
Commercio	16,3	20,1	18,8	14,9	17,1	16,4
Locazione di fabbricati	11,0	19,3	16,5	9,9	15,4	13,5
Altri prod. della trasf. industriale	4,0	47,0	4,4	6,5	7,2	7,0
Attività ricreative	7,1	8,1	7,7	6,3	7,2	6,9
Servizi vari	0,7	0,8	0,8	6,5	6,9	6,7
Agricoltura	2,3	3,5	3,1	5,7	6,3	6,1
Trasporti	2,5	3,0	2,8	5,1	5,5	5,4
Alimentari	2,6	3,9	3,4	4,9	5,0	5,0
Prodotti energetici	1,9	2,1	2,0	3,4	3,5	3,5
Tessili e cuoio	2,1	2,1	2,1	2,0	2,0	2,0
Intermediazione mon. e finanz.	0,2	0,2	0,2	1,7	1,8	1,8
Costruzioni	0,1	0,2	0,2	0,8	1,0	1,0
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: elaborazioni CSC su dati Ciset-IRPET.

**Tab. 7 - Occupati totali per ramo e branca direttamente e indirettamente attivati dalla domanda di consumi turistici, 2005***(composizioni percentuali)*

Ramo e branca	Diretto			Diretto e indiretto		
	Stranieri	Italiani	Totali	Stranieri	Italiani	Totali
Alberghi e ristoranti	60,8	43,3	49,8	41,4	29,0	33,5
Commercio	15,3	21,6	19,3	14,8	18,5	17,1
Agricoltura	4,3	7,7	6,5	11,3	13,7	12,8
Attività ricreative	10,6	14,0	12,7	9,4	12,4	11,5
Servizi vari	0,4	0,3	0,3	5,0	5,6	5,4
Altri prod. della trasf. industriale	2,0	2,8	2,5	4,5	5,5	5,1
Alimentari	1,9	3,3	2,8	4,2	4,4	4,4
Trasporti	1,5	2,4	2,1	3,5	4,3	4,0
Tessili e cuoio	2,5	2,7	2,6	2,4	2,7	2,6
Costruzioni	0,0	0,1	0,0	0,9	1,3	1,1
Prodotti energetici	0,2	0,4	0,3	0,9	0,9	0,9
Locazione di fabbricati	0,5	1,3	1,0	0,6	1,1	0,9
Intermediazione monetaria. e finanz.	0,0	0,0	0,0	0,6	0,6	0,6
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Fonte: elaborazioni CSC su dati Ciset-IRPET.*

Secondo le stime del WTTC Italia gli occupati totali nel settore turistico raggiungeranno nel 2007 poco più dell'11 per cento della forza lavoro (Tab. 8). Il dato è stabile fin dagli anni Novanta, con un picco del 13 per cento nel 2000 grazie agli effetti positivi del Giubileo. Tra il 2000 ed il 2007, in quasi tutti i paesi si registrerebbe un calo del peso dell'occupazione turistica, ad eccezione di Grecia (+4,6 punti percentuali), Messico (6,8) Cina e Giappone (+2,2 e +1,8 rispettivamente), Turchia (+1,6), Tunisia (+0,9) e Germania (+0,3), che beneficerebbero di incrementi occupazionali nel settore turistico.

**Tab. 8 - Occupazione diretta (D) e totale (T) nel turismo**  
(in percentuale della forza lavoro)

Paesi	1990		1995		2000		2007	
	D	T	D	T	D	T	D	T
Malta	26,1	44,6	25,5	43,8	21,3	37,3	17,0	28,8
Cipro	20,7	41,0	19,3	37,0	21,0	40,0	14,0	27,4
Croazia	10,5	23,8	11,1	25,8	11,6	27,5	10,0	21,6
Spagna	8,1	19,6	8,3	20,8	9,0	23,2	7,0	20,0
Grecia	5,4	16,8	5,6	21,3	6,3	15,4	10,0	20,0
Portogallo	7,2	18,5	6,5	15,9	7,4	19,1	8,0	18,4
Tunisia	7,5	15,2	8,3	25,9	8,2	16,1	9,0	17,0
Messico	1,7	7,7	2,3	8,9	2,2	8,3	5,0	15,1
Francia	5,3	13,2	5,5	13,8	6,4	15,4	5,0	13,2
Giappone	3,6	9,7	3,6	9,3	4,1	10,0	5,0	11,8
Canada	4,2	11,8	4,2	11,8	4,7	13,3	4,0	11,6
<b>Italia</b>	<b>4,7</b>	<b>11,9</b>	<b>4,6</b>	<b>11,3</b>	<b>5,3</b>	<b>12,9</b>	<b>5,0</b>	<b>11,5</b>
Germania	2,7	8,9	3,0	9,3	3,3	10,5	3,0	10,8
Stati Uniti	5,0	12,5	4,8	11,9	5,0	12,6	4,0	10,3
Cina <sup>1</sup>	1,9	6,3	2,2	7,5	2,1	7,2	2,0	9,4
Regno Unito	4,1	11,1	3,9	10,5	3,8	10,3	3,0	8,5
Turchia	1,9	5,3	1,6	6,5	2,8	5,3	3,0	6,9

<sup>1</sup> Non include Hong Kong e Macao.  
Fonte: elaborazioni CSC su dati WTTC.



## **B. I turismi**



## 14. Le catene alberghiere\*

Le Catene alberghiere rappresentano un segmento esiguo ma economicamente rilevante dell'offerta alberghiera. Rispetto alle oltre 33.500 unità alberghiere presenti in Italia, le Catene alberghiere sono solo il 4 per cento (contro una media europea del 20 per cento e una statunitense del 70 per cento) e fatturano il 7 per cento circa del totale parco alberghiero italiano. Particolarmente significativo è l'incremento del fatturato nel 2005: pari al 10 per cento rispetto all'anno precedente<sup>1</sup>. Tale risultato è frutto della capacità dimostrata dalle Catene alberghiere di incrementare i livelli di occupazione delle camere, capitalizzando sui notevoli investimenti diretti in tema di promozione e distribuzione realizzati a livello internazionale.

A differenza degli altri esercizi alberghieri, le Catene alberghiere sono in grado di sviluppare incisive politiche di gruppo, anche a livello mondiale, che consentono di recuperare efficienza, di trasferirla a beneficio del cliente finale in termini di prezzo, nonché di aumentare le proprie quote di mercato. A fine 2005, i prezzi medi di vendita sono risultati, infatti, in leggera flessione (-0,5 per cento) rispetto al 2004, nonostante l'incremento del tasso di inflazione (+1,9 per cento rispetto all'anno precedente).

Nel 2005 nonostante la significativa crescita del fatturato, i costi dei fattori produttivi, in particolare delle materie prime e dei costi per l'energia, sono aumentati del 15,8 per cento, determinando una riduzione degli utili e un EBIT (*earnings before interests and taxes*) complessivamente negativo. Tale risultato è stato in parte contenuto dal buon andamento della gestione straordinaria che ha coinvolto, in particolare, operazioni sul patrimonio immobiliare delle compagnie e che ha consentito di realizzare un risultato ante imposte complessivo in sostanziale pareggio, ma in netta flessione rispetto al 2004.

Con un'incidenza del 32,1 per cento sul totale dei costi della produzione, sono i costi del personale a rappresentare la maggior voce di costo delle aziende AICA. Rispetto al consolidato dei bilanci 2004, si registra un incremento del costo del lavoro del 2,1 per cento.

---

\* A cura di AICA – Associazione Italiana Catene Alberghiere.

<sup>1</sup> Elaborazioni AICA sui dati dei bilanci aggregati 2005 delle catene alberghiere associate.

Dal consolidato dei bilanci 2005 delle aziende AICA emerge, inoltre, che gli investimenti in immobilizzazioni materiali e immateriali, ammontano a circa 87 milioni di euro; dato che non include gli investimenti indiretti attivati dalle compagnie alberghiere e operati direttamente dagli investitori immobiliari a fronte delle nuove aperture realizzate.

### **Le performance economiche del 2006**

Per quanto riguarda le *performance* economiche delle Catene alberghiere nel 2006, rilevate mensilmente da AICA sin dal 1998, si segnala la crescita di quasi 3 punti percentuali del tasso occupazione camere (TOC) che l'anno scorso si è attestatosi al 64,5 per cento e il buon andamento del ricavo medio per camera disponibile (RMCD) che ha raggiunto quota 87,9 euro con un incremento del 6,5 per cento rispetto al 2005 (Tab. 1).

**Tab. 1 - Performance economiche delle Catene alberghiere**

	Tasso occupazione camere (TOC)			Ricavo medio camera occupata (RMCO)			Ricavo medio camera disponibile (RMCD)		
	31.12.06	31.12.05	var. %	31.12.06	31.12.05	var. %	31.12.06	31.12.05	var. %
				valori in euro			valori in euro		
Media AICA	64,5	62,6	3,0	136,3	131,8	3,4	87,9	82,5	6,5
5 Stelle	66,5	62,5	6,4	332,5	321,6	3,4	221,1	201,1	9,9
4 Stelle	64,6	63,1	2,4	108,5	105,8	2,6	70,1	66,7	5,1
3 Stelle	60,9	59,0	3,2	64,9	64,4	0,8	39,6	38,0	4,2

Fonte: Osservatorio AICA.

Particolarmente significativi i risultati degli alberghi sia del segmento lusso che hanno segnato un incremento del TOC del 6,4 per cento e una crescita del RMCD di circa il 10 per cento sia delle principali città d'arte italiane che, con un TOC al 73,3 per cento, hanno realizzato un incremento del 4,1 per cento. Tra tali città è Roma a far segnare il maggior livello di occupazione (77,7 per cento, con un incremento del 5,0 per cento) mentre è Venezia a registrare il maggior incremento rispetto all'anno precedente (+5,6 per cento per un TOC pari al 67,3 per cento).

Tra le destinazioni business si segnalano le buone *performance* degli alberghi di Milano e Torino che con un TOC rispettivamente del 66,3 per cento e del 59,2 per cento, registrano incrementi del 4,7 per cento e del 2,8 per cento. La discreta *performance* della città di Torino è stata determinata in grande misura dalle Olimpiadi invernali che, nel I bimestre 2006, hanno incrementato il TOC di circa 25 punti percentuali.

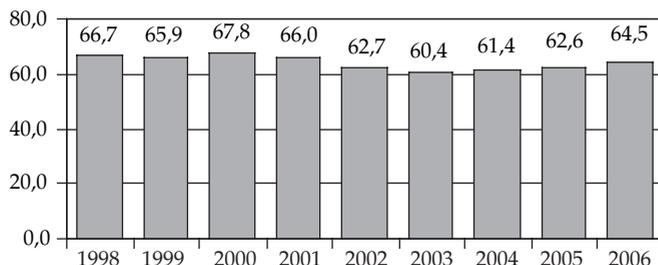
Resta comunque da sottolineare che, nonostante le positive *performance* realizzate l'anno scorso, i risultati ante crisi del 2000 sono ancora piuttosto lontani (Figg. 1 e 2).

### ***I risultati economici del I quadrimestre 2007***

Dopo i buoni risultati segnati del 2006 in termini di occupazione delle camere e di redditività alberghiera, nel I quadrimestre 2007 le Catene alberghiere AICA mostrano risultati negativi (Tab.

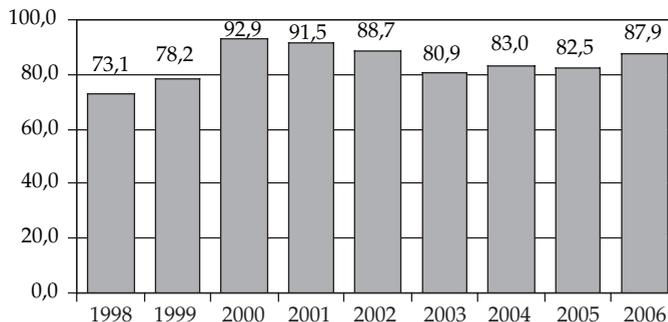
2). Il dato al 30 aprile 2007 vede, dopo tre anni di crescita, una flessione del TOC del 4,6 per cento che ha colpito principalmente gli alberghi delle città d'arte minori (-8,1 per cento rispetto allo stesso periodo 2006) e, tra questi, soprattutto gli alberghi di categoria 4 stelle (-8,4 per cento).

**Fig. 1 - Tasso di occupazione camere**  
(valori percentuali)



Fonte: Osservatorio AICA.

**Fig. 2 - Ricavo medio camera occupata**  
(valori in euro)



Fonte: Osservatorio AICA.

Anche la destinazione *business* ha registrato risultati negativi, con una flessione del TOC del 5,1 per cento che ha interessato tutte le categorie e in particolare gli alberghi a 4 stelle che con un'occupazione del 57,8 per cento, hanno riportato un decremento del 5,4 per cento. Tra le destinazioni *business*, a soffrire maggiormente del calo dell'occupazione sono state le città di Torino (-24,8 per cento) e Milano (-7,23 per cento). Solo le città d'arte maggiori (Roma, Venezia e Firenze) sono riuscite a contenere la flessione dell'occupazione mantenendo l'indice praticamente in linea con quello dell'anno passato.

Anche la redditività alberghiera, fortemente influenzata dalla flessione dell'occupazione delle camere, ha fatto segnare risultati negativi: il RMCD nel I quadrimestre 2007 si è attestato su 72 euro con una flessione di oltre il 5 per cento (Tab. 2). La flessione ha interessato principalmente gli alberghi a 4 e 3 stelle, mentre le strutture del segmento lusso hanno mantenuto una redditività allineata a quella del I quadrimestre 2006.

**Tab. 2 - Performance economiche delle Catene alberghiere, I quadrimestre 2007**

	Tasso occupazione camere (TOC)			Ricavo medio camera occupata (RMCO)			Ricavo medio camera disponibile (RMCD)		
	30.04.07	30.04.06	var. %	30.04.07	30.04.06	var. %	30.04.07	30.04.06	var. %
				valori in euro			valori in euro		
Media AICA	58,3	61,1	-4,6	123,5	124,2	-0,6	72,0	75,9	-5,1
5 Stelle	58,3	59,0	1,2	271,5	266,4	1,9	158,2	157,2	0,6
4 Stelle	58,7	61,8	5,0	107,1	108,0	-0,8	62,9	66,7	-5,7
3 Stelle	54,9	57,6	-4,7	64,89	68,5	-5,3	35,6	39,5	-9,9

Fonte: Osservatorio AICA.

La significativa flessione del TOC riportata dalle città d'arte minori ha influito pesantemente sulla redditività alberghiera che in tale destinazione è scesa a 71 euro (-10 per cento rispetto al I quadrimestre 2006). Tale fenomeno ha interessato principalmente gli alberghi del segmento medio alto: mentre gli alberghi a 5 stelle registrano un RMCD di 149 euro (-7,9 per cento rispetto al I quadrimestre 2006), quelli a 4 stelle raggiungono 65 euro circa, in flessione del 10,5 per cento rispetto allo stesso periodo 2006.

La riduzione dell'occupazione delle camere nel segmento *business* ha avuto conseguenze significative

anche sulla redditività alberghiera che scende a 72 euro (-4,7 per cento). Particolarmente penalizzate le strutture alberghiere a 4 stelle che hanno realizzato un RMCD di 63 euro circa (-5,5 per cento).

### ***Le performance economiche dei villaggi nel 2006***

La stagione 2006 dei villaggi turistici si è chiusa con un incremento medio del tasso di occupazione letti (TOL) del 2,2 per cento. Particolarmente positivi gli andamenti dei villaggi localizzati nelle zone di montagna, sicuramente influenzati dall'evento olimpico di Torino. In questi villaggi si è raggiunto un TOL dell'83,1 per cento in aumento del 5,3 per cento rispetto al 2005. Più contenute le *performance* dei villaggi estivi che hanno chiuso l'anno con un TOL del 67,3 per cento, in aumento del 2,6 per cento rispetto al 2005.

Per quanto riguarda i villaggi estivi, si devono segnalare le buone *performance* di quelli localizzati in Puglia e in Sicilia, che registrano un TOL rispettivamente del 79,8 per cento (+9,7 per cento rispetto al 2005) e del 75,4 per cento (+4,8 per cento). Stabile l'occupazione nei villaggi in Sardegna, mentre risulta in flessione di circa 2 punti percentuali la Calabria.

Per quanto riguarda la redditività della gestione, si segnala che il prezzo medio di vendita del posto letto (che comprende tutto il pacchetto), si è attestato sui 93 euro, in flessione del 2,3 per cento rispetto al 2005. Tale flessione è riconducibile principalmente alla politica di forte contenimento e, in molti casi, di riduzione dei prezzi praticata nelle località balneari, *in primis* in Calabria (-12,6 per cento) e Sicilia (-6,4 per cento).

### ***La stagione invernale 2006-2007 nei villaggi***

Rispetto alla stagione invernale 2005-2006, quella appena conclusasi mostra dei risultati decisamente negativi: il TOL fa registrare una flessione di oltre 10 punti percentuali (Tab. 3). Ciò è largamente dovuto sia a una stagione invernale in cui la neve è stata la grande assente (fatta eccezione per l'ultimo periodo) sia ai risultati record fatti registrare lo scorso anno, dovuti all'evento olimpico di Torino. Dati record, quelli dell'inverno 2005-2006, che nell'anno in corso hanno determinato variazioni percentuali negative, anche se il TOL si attesta su un buon 77,8 per cento.

Relativamente al ricavo medio per letto occupato (RMLO) va segnalato il contenimento delle tariffe praticate dalle Catene alberghiere anche nel segmento dei villaggi turistici.

Il ricavo medio per letto disponibile (RMLD), influenzato dall'andamento dei due precedenti indici, evidenzia una diminuzione di oltre 11 punti percentuali rispetto al 2006, attestandosi ad un valore di quasi 100 euro.

**Tab. 3 - Performance economiche dei villaggi nella stagione invernale**

	2007/06	2006/05	Var. %
Tasso occupazione letti (TOL)	77,8	86,6	-10,2
Ricavo medio letto occupato (RMLO)	128,4	129,7	-1,0
Ricavo medio letto disponibile (RMLD)	99,9	112,4	-11,2

Fonte: Osservatorio AICA.

### *Gli interventi normativi*

La scarsa presenza di Catene alberghiere in Italia è in gran parte riconducibile alle barriere normative e fiscali che impediscono l'ingresso di nuovi *player* e disincentivano i processi aggregativi e di crescita dimensionale delle imprese ricettive. A tal proposito occorrerebbe:

- definire un contesto normativo nazionale in linea con il quadro europeo;
- riformare la classificazione e la normativa alberghiera al fine di difendere e qualificare l'eccellenza nell'accoglienza e consentire anche in Italia la realizzazione di un'offerta alberghiera economica;
- adeguare l'IVA a quella di altri paesi europei concorrenti;
- eliminare le barriere e i vincoli allo sviluppo che in Italia penalizzano la realizzazione di nuove strutture, privilegiando le strutture esistenti (superficie minima delle camere, vincoli di destinazione e di dimensione degli alberghi);
- vigilare su una corretta concorrenza (in termini fiscali, normativi, di tutela del lavoro e di difesa del consumatore) tra la ricettività tradizionale e quella non convenzionale (agriturismo, ospitalità religiosa, residenze temporanee, affittacamere, ecc.);
- sostenere, in assenza di ammortizzatori sociali, le aziende che mantengono i livelli occupazionali e investono in formazione anche nei momenti di crisi del mercato.

## 15. La convegnistica\*

Il mercato turistico internazionale cresce a tassi sostenuti, ma ci chiede competenze sempre più evolute e tecnologie d'avanguardia. Il congressuale è il segmento dell'industria dell'ospitalità a più elevato contenuto manageriale e tecnologico e può contribuire allo sviluppo di un turismo *incoming* che più si addice alle caratteristiche del nostro Paese (Tab. 1). A tal fine si deve puntare su un'offerta "di qualità" che, nel rispetto dei nostri valori culturali e ambientali, valorizzi potenzialità e risorse collegabili alla "marca Italia" finora poco o affatto visibili alla domanda internazionale e tale da assicurare una fruizione dei visitatori distribuita uniformemente sul territorio e livellata lungo le stagioni.

Dai dati dell'Osservatorio Congressuale Italiano emerge che il bilancio consuntivo del settore nel 2006 ha registrato una flessione rispetto all'anno precedente: gli incontri organizzati sono stati, infatti, 102.519 (-3,5 per cento), i partecipanti 19.246.088 (-6,8 per cento) e le giornate di presenza congressuale (-4,2 per cento).

Il posizionamento internazionale dell'Italia rimane debole, ma gli sforzi avviati in questi anni cominciano a dare frutti: le esportazioni congressuali (congressi internazionali in Italia) aumentano e compensano parzialmente la flessione di domanda interna di eventi. Le strutture congressuali extra alberghiere hanno totalizzato il 42 per cento dei partecipanti con 8 milioni di congressisti ospitati durante lo svolgimento di 17 mila eventi (pari al 17 per cento degli incontri complessivi).

La *performance* del comparto è stata negativamente influenzata dalla riduzione della competitività di prezzo di cui è responsabile, fra l'altro, il differenziale fiscale: l'IVA italiana sulle prestazioni alberghiere è la più elevata fra i paesi del Mediterraneo. Nel comparto congressuale tale penalizzazione è ancor più rilevante: l'aliquota è la più elevata, non solo dei paesi del Mediterraneo, ma anche dei paesi dell'Europa Centrale (Tab. 2).

La legge Finanziaria per il 2007 (n. 269/2006) ha recepito alcune istanze del settore congressuale, introducendo ai commi 304 e 305 una norma che prevede la detrazione dell'IVA sulle spese per prestazioni alberghiere e di alimenti inerenti alla partecipazione a convegni, congressi e simili, sostenute nei giorni di svolgimento degli stessi.

---

\* A cura di Italcongressi.

**Tab. 1 - Analisi strategica della convegnistica**

*PUNTI DI FORZA*

1. Il turismo congressuale crea valore economico per l'intero territorio

I congressisti sono *big spenders* e appartengono a un ceto medio alto. I pacchetti integrati devono favorire le spese "dopo congresso".

2. Veicolo per la promozione del territorio

Il segmento congressuale non è solo valido in sé per gli effetti benefici che genera sull'occupazione e sul miglioramento qualitativo della destinazione, ma costituisce un eccezionale veicolo di promozione e di comunicazione per far conoscere l'offerta di vacanze anche nei segmenti alti della domanda turistica.

*OPPORTUNITÀ*

1. Liberalizzazione del mercato del mediterraneo nel 2010

L'Italia, vista la sua strategica collocazione geografica, potrebbe diventare il "grande molo" del nuovo potenziale mercato. Soprattutto per quel che concerne le regioni del Mezzogiorno, questa potrà costituire un'importante occasione di rilancio.

2. Destagionalizzazione della domanda turistica

La piena occupazione nel periodo estivo si è ormai ridotta al solo mese di agosto e l'apporto della domanda congressuale è diventato indispensabile per assicurare la crescita e lo sviluppo dell'intero comparto.

*PUNTI DI DEBOLEZZA*

1. Mancanza di progetti atti a creare spazi adeguati al ricettivo congressuale

Al Sud sono praticamente inesistenti i Palacongressi, le uniche strutture in grado di ospitare eventi di respiro internazionale e di maggiore durata.

2. Polverizzazione di risorse destinate alla promozione dell'Italia come destinazione congressuale

L'accresciuta concorrenza verificatasi a seguito dell'internazionalizzazione del settore richiede la necessità di proporsi sui mercati internazionali sotto un unico *brand*.

3. Poca qualità nei servizi erogati

Rispetto al passato ci si trova di fronte a una clientela sempre più esigente. Occorre offrire servizi di qualità a cominciare dalla professionalità degli operatori dei servizi di accoglienza, dalla ristorazione e dagli spazi congressuali. L'Italia, per una serie di fattori congiunturali, non può offrire gli stessi prezzi competitivi di altri Paesi del Mediterraneo, pertanto deve puntare tutto sulla qualità delle strutture e dei servizi erogati.

*segue*

**segue Tab. 1 - Analisi strategica della convegnistica***MINACCE*

1. Riconoscimento normativo del settore da parte delle istituzioni

È necessario che questo comparto acquisisca una propria dignità normativa per ottenere maggiore credito e credibilità di fronte alle istituzioni.

2. Agguerrita concorrenza dall'estero

I recenti dati dell'Osservatorio Congressuale Italiano rivelano che la Spagna ha già surclassato l'Italia per quel che concerne l'organizzazione di congressi internazionali. Occorrono degli interventi strategici per riacquisire questa *leadership*.

Nel confronto europeo, l'Italia ha un forte ritardo anche in termini di strutture congressuali. Tale ritardo è imputabile a fattori quali l'assenza di una pianificazione concertata, la mancanza di un'efficace strategia di comunicazione, le ridotte dimensioni, lo sbilanciamento della distribuzione territoriale, la frequente inadeguatezza degli standard di qualità nei servizi.

Il rinnovato e concreto interesse che si sta manifestando recentemente consente di essere moderatamente ottimisti. Ne sono esempio la "Nuova Fiera di Roma", il nuovo polo congressuale realizzato nell'area del Portello, la nuova fiera di Milano aperta nel 2006, così come la costruzione del nuovo Palazzo dei Congressi di Rimini, la cui apertura è prevista nel 2008 e l'avvio dei lavori del nuovo Centro Congressi a Roma.

La differenza sostanziale rispetto ad altre strutture ricettive è nell'aspetto vocazionale. I Pa-

**Tab. 2 - Confronto internazionale delle aliquote IVA**

Paesi	Aliquote	
	Congressi	Alberghi
Francia	19,6	5,5
Germania	16,0	16,0
Gran Bretagna	17,5	17,5
Grecia	18,0	8,0
Spagna	16,0	7,0
<b>Italia</b>	<b>20,0</b>	<b>10,0</b>

Fonte: *Italcongressi*.

I Palacongressi, infatti, sono infrastrutture che nascono proprio con la finalità di ospitare congressi ed eventi. Rispetto alle residenze storiche e agli alberghi, oltre ad avere spazi convegnistici più ampi, sono le uniche strutture dove è possibile organizzare eventi di maggiore durata. Pertanto, è fondamentale potenziare e promuovere queste strutture, soprattutto se si vuole mirare all'internazionalizzazione del settore. Soltanto riuscendo a convogliare eventi di respiro internazionale nei Palacongressi si potrà ampliare la nostra quota di mercato, facendo così concorrenza ad altri paesi europei che al momento sono più competitivi di noi, come la Spagna.

Le aree del paese più carenti in termini di strutture congressuali e quelle che investono poco nella promozione di questo comparto sono le Regioni meridionali. Tuttavia sulla scia del rinnovato interesse per gli investimenti strutturali, si auspica una ripresa anche nel Sud.

## **Le politiche per il comparto**

### *1. Le politiche pubbliche*

Per recuperare quote di mercato, questo importante segmento necessita di politiche coordinate a livello centrale, tenendo conto che il settore congressuale può costituire un'importante occasione di sviluppo e di formazione di nuova imprenditorialità.

L'Amministrazione centrale dello Stato, nel coordinamento delle varie competenze ministeriali dovrebbe supportare questo settore con una serie di investimenti nei fattori materiali di organizzazione di un congresso (come le infrastrutture e la tecnologia) e in quelli immateriali (come formazione e promozione), ma ancora di più dovrebbe investire sul territorio, risolvendo problemi di viabilità e trasporti, di sicurezza e maggiore qualità di tutti i servizi offerti dalla destinazione.

Anche le Regioni competenti in materia di turismo e i Comuni cui è demandata la cura del territorio possono contribuire, interagendo con gli operatori del settore, a migliorare l'offerta turistica in generale e congressuale.

## 2. *Gli interventi normativi*

Il settore congressuale è stato interessato, in questi anni, da numerose iniziative legislative, tra cui:

- il riconoscimento dell'impresa congressuale nella legge n. 135/2001 e nel successivo D.P.C.M. del 13 settembre 2002 che individua tra le imprese turistiche: *"... le imprese di gestione di strutture convegnistiche e congressuali, nonché di organizzazione di iniziative e manifestazioni di medesimo oggetto"*;
- l'art. 12 della legge n. 80/2005 al punto 7 individua tra i compiti dell'Agenzia: *"... lo sviluppo e la cura del turismo culturale, in raccordo con le iniziative di valorizzazione del patrimonio culturale e del turismo congressuale"*;
- l'art. 8 del D.P.R. 6 aprile 2006 n. 207 prevede la nomina nel Comitato tecnico-consulativo dell'Agenzia nazionale del turismo di un componente in rappresentanza delle associazioni di categoria del turismo congressuale.

Vi sono, tuttavia, aspetti di interesse prioritario per il settore congressuale che non sono stati ancora realizzati disciplinati. Sarebbe opportuno:

1. promulgare una legge specifica per il settore che stabilisca i principi fondamentali per il sistema congressuale, convegnistico e degli eventi aggregativi e di incentivazione; che disciplini le linee guida per la legislazione regionale deputata a dettare le norme di dettaglio in materia turistica e quindi anche per l'attività congressuale;
2. affrontare concretamente il problema del riconoscimento delle professioni nel campo congressuale;
3. armonizzare l'IVA al livello dei paesi concorrenti;
4. riordinare la normativa relativa all'ECM (Educazione Continua in Medicina), con particolare riferimento all'organizzazione di iniziative a carattere internazionale; chiarire, inoltre, i requisiti essenziali per l'acquisizione della qualifica di *provider* abilitati all'organizzazione degli eventi formativi medico scientifici; semplificare il processo di accreditamento per l'educazione Continua in Medicina liberandolo dai passaggi burocratici, sulla stregua delle procedure in vigo-

re in altri paesi europei; proporre l'adeguamento della normativa italiana sulla promozione di farmaci a quella europea;

5. prevedere incentivi per i distretti congressuali.

### ***3. Il coordinamento territoriale***

L'internazionalizzazione delle funzioni terziarie ad alto valore aggiunto, come i sistemi fieristico - congressuali, sta assumendo un ruolo sempre più cruciale per lo sviluppo del Paese ed è per questo che è importante sostenere ed investire in questo settore.

L'eccessiva frammentazione di questa complessa filiera rende molto difficile la sua promozione sul mercato nazionale e internazionale. Per tale ragione appare importante attribuire maggiore sistematicità alle iniziative degli operatori coinvolti nel comparto mutuando nel settore congressuale il concetto di "distretto industriale", già implementato con successo in altre categorie merceologiche.

Il modello del "distretto" che ha contribuito efficacemente allo sviluppo dei settori manifatturieri tradizionali e dei sistemi produttivi innovativi, è sicuramente utile per configurare un'immagine coordinata del sistema dei convegni, congressi e incentive. Non si tratta di fare una semplice analogia concettuale, ma di implementare una visione strategica e operativa che risponda alle esigenze di un mercato sempre più complesso e globalizzato.

In tale prospettiva il modello del distretto congressuale può legittimamente rappresentare un modo alternativo ed efficace di presentare una destinazione sul mercato interno e internazionale attraverso strategie ambientali e imprenditoriali strettamente correlate nell'interesse dell'economia locale.

### ***4. La promozione del sistema all'estero***

L'esigenza del coordinamento riguarda anche la promozione all'estero del sistema congressuale. Il mercato internazionale è sempre più complesso e variegato e nei paesi nostri concorrenti ope-

rano da anni strutture agili (con varie denominazioni e con modelli di struttura e finanziamenti diversi tra loro) che svolgono attività di *marketing* finalizzate a incrementare il flusso congressuale.

Varie sono le forme promozionali messe in atto; tra queste:

- promozione delle strutture attraverso la partecipazione a fiere e *roadshow*;
- incontri fra operatori della domanda e dell'offerta;
- attività di *marketing* diretto;
- candidature a eventi internazionali.

In Italia si stanno attuando nuove politiche con riferimento alla partecipazione delle imprese a manifestazioni fieristiche internazionali. È il caso del progetto *Italia for Events*, realizzato con l'intesa tra ENIT, Regioni e Federcongressi, che per la prima volta ha realizzato la presenza alle fiere internazionali di settore, Barcellona e Francoforte, dell'offerta congressuale italiana coordinata in un unico *brand*. Il risultato positivo conseguito da questa iniziativa conferma la necessità di creare una stretta sinergia tra pubblico e privato.

Tuttavia non si può pensare alla promozione soltanto nei modi e nei metodi tradizionalmente intesi. Novità devono essere introdotte oltre che sul piano meramente strategico anche riguardo l'attuazione di relazioni sinergiche e sviluppo dei nuovi strumenti tecnologici.

Sarebbe auspicabile la creazione di un Organismo Stabile di Promozione del sistema congressuale italiano, con il compito di delineare strategie promozionali e attuare le attività relative, garantendo il livello qualitativo dell'attività svolta dal *Progetto Italia for Events* con alcuni miglioramenti dell'operatività.

È inoltre opportuno investire nella formazione degli operatori del settore. Al fine di introdurre nel mercato del lavoro qualificati e specifici profili professionali e la realizzazione di sistematici studi di settore (l'ultima valutazione economica sul comparto, realizzata dall'Osservatorio Congressuale risale al 2004), al fine di realizzare un'adeguata pianificazione e programmazione delle iniziative, nonché per far intendere ai principali *stakeholders* l'importanza del comparto per il turismo in generale.

Questi sostanziali interventi nel tempo potranno davvero far sì che questo settore sia volano an-

che per altre tipologie di turismi. Al di là delle finalità e delle ricadute economiche che gli eventi aggregativi in generale producono, vi sono dei vantaggi anche di politica e di immagine che ricadono sui governi, soprattutto in occasione di grandi eventi internazionali e sulle località che li ospitano.

Si può dunque sostenere che il micro-sistema congresso è posto in relazione dinamica con il macrosistema socio-culturale, ambientale e turistico di un dato territorio con il quale instaura una serie di interdipendenze settoriali. Per creare la vocazione congressuale di una data area non basta solo l'adozione di una strategia di interventi settoriali, ma è necessario un approccio programmatico globale che coinvolga anche la struttura socio-economica e renda fruibile le risorse e i beni culturali, artistici e naturali.

## 16. L'impatto economico del turismo crocieristico in Europa e in Italia\*

La crescente popolarità delle vacanze in crociera, unita al predominio delle commesse di navi da crociera internazionali nei cantieri europei, è destinata ad avere un significativo impatto sul tasso di occupazione, sulla creazione di ricchezza e sul turismo in entrata in Europa.

Attualmente in Europa la spesa diretta, rappresentata da compagnie di crociera, cantieri navali e passeggeri, ammonta a 8,3 miliardi di euro e si prevede un incremento del 50 per cento entro il 2010, fino a raggiungere dunque i 12,7 miliardi. Inoltre si stima che l'industria crocieristica dia lavoro a circa 180 mila persone in tutto il continente, un livello di occupazione che, secondo l'analisi di Costa Crociere, potrebbe crescere di oltre 50 mila unità, superando quota 250 mila, entro il 2010.

A livello mondiale l'Europa mantiene una posizione di *leadership* nel campo della progettazione e della costruzione navale. Nel corso del 2005, il settore delle crociere nel suo complesso ha investito 3,1 miliardi di euro per la costruzione e la manutenzione di navi da crociera in Europa, vale a dire più del 35 per cento del totale della spesa diretta del settore crocieristico europeo. In base alle previsioni, tale valore dovrebbe aumentare di oltre un miliardo di euro, raggiungendo i 4,4 miliardi, entro il 2009. Nei prossimi due anni i cantieri europei prevedono di costruire 10 navi di grandi dimensioni all'anno, ad essi sono state affidate commesse per oltre il 95 per cento delle nuove navi da crociera fino al 2010, per un valore superiore ai 18 miliardi di euro.

Le crociere costituiscono inoltre un'importante fonte di turismo in entrata per i paesi europei. Tra il 1995 e il 2005 la domanda di questo prodotto turistico a livello mondiale è più che raddoppiata, passando da 5,7 a 14,4 milioni di passeggeri. Nello stesso periodo, il numero di cittadini europei che ha scelto vacanze in crociera in tutto il pianeta è più che triplicato, passando da 1 a 3,3 milioni e le commissioni alle agenzie viaggi europee per il 2005 sono state stimate a 480 milioni di euro. Si prevede che questa rapida crescita continui, con 4 milioni di europei in crociera entro il 2010 e 5 milioni entro il 2015.

Nel 2005 si sono imbarcati su navi da crociera da porti europei 2,6 milioni di passeggeri, il 90

---

\* A cura di Costa Crociere.

per cento dei quali cittadini europei. In media hanno speso 100 euro pro-capite nel porto di imbarco e altri 50 in ogni scalo. In totale, con le loro vacanze i crocieristi hanno fatto registrare 13 milioni di transiti nei porti europei. Entro il 2010 in Europa si prevede un incremento di un milione di turisti da crociera, con una presenza sempre più massiccia di viaggiatori statunitensi, attirati dalle navi americane dislocate in Europa e dall'introduzione di eleganti navi di nuova generazione dall'aumentata capacità. Secondo il rapporto, entro la fine del decennio saranno oltre 3,6 milioni i crocieristi che si imbarcheranno in Europa, portando a 17 milioni il numero di passeggeri in transito nei porti del Vecchio Continente.

### *L'Italia rappresenta la punta di diamante in Europa nel settore crocieristico*

Come principale nazione beneficiaria dell'attività crocieristica a livello europeo il rapporto *European Cruise Contribution* individua l'Italia, che supera gli altri paesi in termini di numero di navi costruite, passeggeri imbarcati e in transito.

Nel 2005, in Italia il comparto crociere ha impiegato oltre 61.000 dipendenti e registrato una spesa diretta pari a 2,5 miliardi di euro (Tab. 1), di cui 1,2 destinati a investimenti per l'ampliamento e l'ammodernamento della flotta.

**Tab. 1 - Impatto economico del settore crocieristico nel 2005**

(valori in milioni di euro, salvo diversa indicazione)

	Finlandia	Francia	Germania	Italia	Spagna	Regno Unito
Spesa diretta	621	536	1.073	2.501	683	1.686
Rimunerazione totale	371	310	725	1.810	422	1.457
Valore delle commesse per la costruzione di nuove navi transoceaniche per il triennio 2007-10	2.628	4.064	4.024	7.919		
Dipendenti totali (unità)	10.205	7.625	19.969	61.445	13.940	37.319
Crocieristi per provenienza geografica (unità)	16.495	233.000	639.000	514.000	379.000	1.071.000

Fonte: *European Cruise Contribution 2007*, redatto da G.P. Wilde International Limited e Business Research & Economic Advisors.

Attualmente i cantieri navali italiani stanno lavorando alla costruzione di 16 delle 35 nuove navi da crociera in ordine alla fine del 2006, pari al 42 per cento della nuova capacità e dei nuovi investimenti per il triennio 2007-2010.

#### **Tendenze del mercato nautico italiano\***

*Il contributo dell'industria nautica al PIL nazionale, comprensivo dell'indotto diretto, per l'anno 2005, si attesta attorno a 2,8 miliardi di euro. Per quanto riguarda il livello occupazionale degli addetti del settore della nautica da diporto, si conferma, per il 2005, una tendenza alla crescita dei posti di lavoro. Gli addetti diretti della nautica si stima siano circa 18.000.*

*Attraverso l'analisi di un campione significativo di cantieri associati ad UCINA si stima, una crescita percentuale del valore della produzione di imbarcazioni compreso tra il 12 e il 14 per cento (2,8 miliardi di euro nel 2005). L'Italia si riconferma buona esportatrice di imbarcazioni per la nautica da diporto, vendendo all'estero oltre il 50 per cento del valore della produzione.*

*Sulla base dei dati forniti da ASSILEA, nel 2006 si evidenzia una generale tendenza all'incremento del ricorso al leasing: le operazioni concluse hanno raggiunto il valore di 2095 milioni di euro (1.547 milioni nel 2005), che rappresentano un aumento del 21 per cento rispetto all'anno precedente. Dai dati delle Capitanerie di Porto e tramite il confronto con l'analisi del leasing in Italia, si può affermare che vi sia stata una sostanziale tenuta delle immatricolazioni nell'anno 2006.*

*Per ciò che concerne il settore dei superyacht, l'andamento degli ordini 2006-2007 fa registrare una notevole crescita del numero delle ordinazioni: a livello mondiale si è infatti passati da 688 commesse per il 2006 a 777 per il 2007. La presenza italiana sul mercato mondiale della produzione di superyacht si attesta attorno al 45 per cento. I costruttori italiani sono i primi al mondo per numero di progetti di costruzione (347 ordini) mentre la produzione italiana è concentrata soprattutto nel settore delle imbarcazioni tra gli 80 e i 100 piedi.*

**La nautica italiana in pillole.** *I cantieri nautici e le unità produttive presenti in Italia sono circa 770. Il Parco nautico italiano si compone di oltre 845.000 unità, di cui il 53,2 per cento è costituito da canoe, kajak, tavole, piccole derive, ecc., il 38,2 per cento da natanti non immatricolati e l'8,7 per cento da imbarcazioni da diporto immatricolate. I posti barca fruibili sono 130.696, di cui il 41,3 per cento nelle marine, il 33,9 per cento nei porti e porti canale e il 24,8 per cento nei pontili, banchine e gavitelli secondo i dati del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti, relativi al dicembre 2005. La Liguria, con 23.718 posti barca, è la prima regione italiana per ricezione di imbarcazioni.*

---

\* A cura di UCINA - Unione Nazionale Cantieri Industrie Nautiche e Affini.

**Il Patto per la crescita della nautica da diporto.** *Nella seduta conclusiva dell'approvazione della Legge Finanziaria per il 2007, il Governo, sulla base delle richieste avanzate nello scorso autunno da UCINA e dall'industria nautica italiana, si è impegnato a istituire nell'ambito del Tavolo del Mare, presso il Ministero dei Trasporti, una sezione dedicata al tema della nautica da diporto. L'obiettivo è quello di favorire l'eco-compatibilità della nautica da diporto; aggiornare e semplificare le procedure amministrative del Regolamento di sicurezza per la navigazione da diporto; promuovere una nuova normativa per il noleggio e la locazione delle piccole e medie imbarcazioni; semplificare le procedure di iscrizione delle navi da diporto in uso commerciale sotto bandiera italiana.*

Per valutare il peso dell'impatto, va considerato che tra le altre spese sostenute dal settore crocieristico italiano figurano 72 milioni di euro per commissioni alle agenzie viaggi nazionali, 69 milioni di euro per merci fornite da aziende alimentari nazionali, 73 milioni di euro per beni non durevoli di produzione italiana (ad esempio carburanti e vernici), 37 milioni di euro per beni metallici e macchinari e, infine, 79 milioni di euro per servizi finanziari e aziendali a livello nazionale.

Nel 2005 più di mezzo milione di italiani hanno scelto di andare in crociera. Nei porti della penisola sono imbarcati quasi 1 milione di passeggeri, che hanno sostenuto una spesa diretta di 250 milioni di euro (oltre il 56 per cento del totale della spesa sostenuta dai passeggeri in Italia) in biglietti aerei, tasse portuali, sistemazioni alberghiere, cibi e bevande, escursioni ed altri acquisti. Nei porti italiani sono transitati oltre 3 milioni di passeggeri, con una spesa media di 73 euro pro-capite per ogni scalo. Il 75 per cento del traffico passeggeri totale è stato registrato nei cinque maggiori porti di scalo italiani: Civitavecchia, Venezia, Napoli, Savona, Livorno.

## 17. La competitività crocieristica italiana e l'infrastrutturazione della portualità passeggeri

La portualità del nostro Paese è la più rilevante del Mediterraneo, sia con riferimento alla notevole dotazione infrastrutturale, sia riguardo al volume complessivo di traffici, che a fini turistici si traduce in più consistenti traffici crocieristici.

A fini turistici, l'Italia risulta particolarmente dotata di portualità passeggeri, che ne fa il paese con i maggiori traffici crocieristici del Mediterraneo.

Tale realtà risulta particolarmente significativa in quanto il Mediterraneo è un mercato crocieristico molto competitivo, per la presenza di un'ampia e crescente offerta di strutture portuali, con traffico in continuo aumento.

Nel Mediterraneo si contano attualmente circa 60 porti crocieristici, in gran parte *home port* (cioè di imbarco e sbarco passeggeri), ma anche *port of call* (cioè di transito). Più limitato è il numero di porti con funzione di "sola toccata", solitamente di dimensioni minori e situati presso destinazioni di particolare attrazione negli itinerari turistici.

Nel 2004, tra i primi 12 porti crocieristici europei del Mediterraneo (con un traffico totale superiore a 200.000 passeggeri) ben 7 sono italiani (Napoli, Venezia, Civitavecchia, Savona, Livorno, Genova e Messina, Tab. 1).

La *leadership* è, invece, fortemente detenuta da Barcellona che, soprattutto grazie alle iniziative realizzate in funzione dei Giochi Olimpici del 1992 e alla forte integrazione infrastrutturale (in particolare aeroportuale) è riuscita ad attrarre forti flussi di traffico dai mercati del Nord America. Un'esperienza simile è quella del Pireo, che con i Giochi Olimpici del 2004 ha sensibilmente recuperato posizioni, dopo un significativo declino registrato nel 2002.

I porti italiani hanno mantenuto una notevole dinamica espansiva, con una variazione media annua dei flussi nel periodo 2000-2004 ben superiore a quella degli altri porti concorrenti (+15 per cento contro +7,3 per cento; Tab. 1). Il solo andamento negativo si è registrato a Genova (-8,3), ma in funzione di una redistribuzione operata verso il porto di Savona (+44,9 per cento).

**Tab. 1 - Traffico crocieristico passeggeri nei principali porti europei del Mediterraneo**  
(migliaia di unità e variazione media annua)

Porti	2000	2004	Tasso di crescita medio annuo 2000/2004
Barcellona	573,5	1.024,9	15,6
Napoli	405,6	773,2	17,5
Pireo	507,8	757,6	10,5
Palma di Maiorca	507,7	745,0	10,1
Venezia	337,5	678,0	19,1
Civitavecchia	392,0	659,3	13,9
Savona	120,1	530,1	44,9
Dubrovnik	130,9	457,3	36,7
Livorno	229,0	387,4	14,0
Limassol	795,1	351,3	-18,5
Genova	408,0	287,9	-8,3
Messina	126,0	219,6	14,9
<i>Totale, di cui:</i>	<i>4.533,2</i>	<i>6.871,4</i>	<i>11,0</i>
Porti italiani	2.018,1	3.535,4	15,0
Altri porti	2.515,0	3.336,0	7,3

Fonte: elaborazioni Confindustria - Politiche industriali e territoriali su dati Medcruise.

Un limite evidente della portualità crocieristica nazionale è rilevabile nella prevalente funzione di transito, anziché di imbarco/sbarco, di alcune realtà portuali come Napoli, che si posiziona al secondo posto tra i porti crocieristici europei del Mediterraneo (Tab. 2). Altri porti nazionali hanno, invece, fortemente sviluppato *l'home port*, in particolare Venezia e Savona (ma anche Genova), che hanno quote di traffico specifico ben superiori anche a quella di Barcellona.

Ciò è legato anche alla forte funzione di cabotaggio interno della nostra portualità passeggeri, riguardante sia i collegamenti con le isole (e con la portualità minore) sia il traffico tra i principali porti, che comunque svolge una funzione turistica rilevante, trattandosi di collegamenti con mete fortemente attrattive dei flussi internazionali e di quelli nazionali.

**Tab. 2 - Traffico crocieristico passeggeri nei principali porti europei del Mediterraneo, 2004**  
(migliaia di unità e distribuzioni percentuali)

Porti	Traffico passeggeri		Distribuzione (%)	
	Imbarchi e sbarchi	Transiti	Imbarchi e sbarchi	Transiti
Barcellona	559,6	465,3	54,6	45,4
Napoli	126,1	647,2	16,3	83,7
Pireo	284,1	473,5	37,5	62,5
Palma di Maiorca	333,1	411,9	44,7	55,3
Venezia	563,0	115,0	83,0	17,0
Civitavecchia	188,9	470,4	28,7	71,3
Savona	441,5	88,6	83,3	16,7
Dubrovnik	1,6	455,8	0,3	99,7
Livorno	0,8	386,6	0,2	99,8
Limassol	246,9	104,3	70,3	29,7
Genova	158,9	128,9	55,2	44,8
Messina	15,2	204,4	6,9	93,1
Totale, di cui:	2.919,5	3.951,9	42,5	57,5
Porti italiani	1.494,4	2.041,1	42,3	57,7
Altri porti	1.425,2	1.910,8	42,7	57,3

Fonte: elaborazioni Confindustria - Politiche industriali e territoriali su dati Medcruise.

La complessiva portualità passeggeri del nostro Paese può infatti contare su ben 119 porti e 293 accosti specificamente dedicati, con una diffusione notevole nelle regioni meridionali (64 per cento dei porti e 65 per cento degli accosti), in relazione alla presenza delle isole maggiori dei vari arcipelaghi, appartenenti territorialmente al Mezzogiorno (Tab. 3).

Nonostante la notevole dotazione numerica delle infrastrutture, la densità costiera della portualità passeggeri del Mezzogiorno è comunque inferiore ai valori medi nazionali, pur essendo a servizio di flussi considerevoli, soprattutto nei servizi di cabotaggio (Tab. 4).

Infatti, rispetto al complessivo traffico passeggeri svolto dalla nostra portualità (83,3 milioni di passeggeri nel 2004), il cabotaggio ha un peso molto più consistente (77,1 milioni) del traffico internazionale (6,2 milioni).

**Tab. 3 - Infrastrutture portuali passeggeri in Italia, 2004**

(valori assoluti, distribuzione territoriale e densità costiera)

Ripartizioni territoriali	Valore assoluto		Distribuzione territoriale (%)		Densità costiera <sup>1</sup> (indici, Italia = 100)	
	Porti	Accosti	Porti	Accosti	Porti	Accosti
<i>Sud</i>	46	98	38,7	33,4	125,4	108,5
<i>Isole</i>	30	93	25,2	31,7	57,8	72,8
<b>Mezzogiorno</b>	<b>76</b>	<b>191</b>	<b>63,9</b>	<b>65,2</b>	<b>85,8</b>	<b>87,6</b>
Nord-Ovest	8	29	6,7	9,9	141,9	209,0
Nord-Est	9	23	7,6	7,8	138,9	144,2
<i>Nord</i>	17	52	14,3	17,7	140,3	174,3
<i>Centro</i>	26	50	21,8	17,1	141,9	110,8
<b>Centro-Nord</b>	<b>43</b>	<b>102</b>	<b>36,1</b>	<b>34,8</b>	<b>141,3</b>	<b>136,1</b>
<b>Italia</b>	<b>119</b>	<b>293</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

<sup>1</sup> Calcolata in rapporto alla lunghezza delle coste.

Fonte: elaborazioni Confindustria - Politiche industriali e territoriali su dati ISTAT e Ministero Trasporti.

**Tab. 4 - Traffico passeggeri nei porti italiani, 2004**

(valori assoluti, distribuzione territoriale per tipologia di traffico)

Ripartizioni territoriali	Cabotaggio	Internazionale valori in migliaia	Totale	Distribuzione territoriale (%)		
				Cabotaggio	Internazionale	Totale
<i>Sud</i>	32.320	1.606	33.926	41,9	25,8	40,7
<i>Isole</i>	27.647	474	28.121	35,9	7,6	33,8
<b>Mezzogiorno</b>	<b>59.967</b>	<b>2.080</b>	<b>62.047</b>	<b>77,8</b>	<b>33,4</b>	<b>74,5</b>
Nord-Ovest	2.372	863	3.235	3,1	13,9	3,9
Nord-Est	289	1.067	1.356	0,4	17,1	1,6
<i>Nord</i>	2.661	1.930	4.591	3,5	31,0	5,5
<i>Centro</i>	12.410	2.058	14.468	16,1	33,0	17,4
<b>Centro-Nord</b>	<b>15.071</b>	<b>3.988</b>	<b>19.059</b>	<b>19,6</b>	<b>64,0</b>	<b>22,9</b>
<b>Altri porti<sup>1</sup></b>	<b>2.048</b>	<b>162</b>	<b>2.210</b>	<b>2,7</b>	<b>2,6</b>	<b>2,7</b>
<b>Italia</b>	<b>77.086</b>	<b>6.230</b>	<b>83.316</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

<sup>1</sup> La voce si riferisce ad alcuni porti minori che non hanno un codice esplicito e non sono attribuibili ad alcuna ripartizione territoriale.

Fonte: elaborazioni Confindustria - Politiche industriali e territoriali su dati ISTAT.

Il traffico di cabotaggio si concentra per quasi il 78 per cento nel Mezzogiorno, mentre quello internazionale per il 64 per cento nel Centro-Nord. Da questi dati emerge, quindi, anche una sensibile specializzazione territoriale della portualità passeggeri dell'Italia che, insieme al servizio di collegamento rivolto agli spostamenti della popolazione nazionale, può svolgere funzioni turistiche particolarmente importanti.

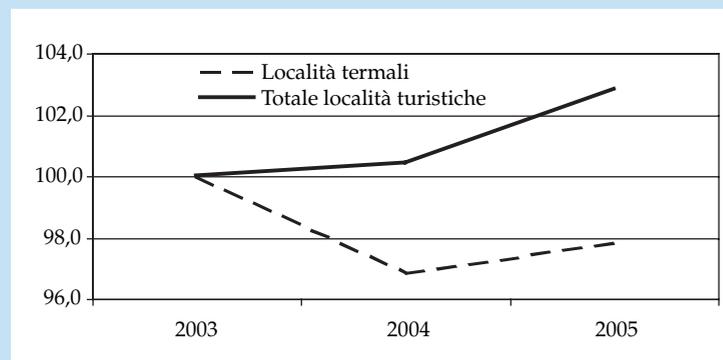
## 18. Il turismo termale\*

Dopo aver registrato nel periodo 1995-2000 tassi di crescita abbastanza soddisfacenti, che sembravano segnare l'avvio di una fase moderatamente espansiva, negli ultimi anni i flussi turistici verso gli esercizi ricettivi delle località termali hanno evidenziato un brusco rallentamento, riflessosi in parte sulle *performance* economiche del settore (Fig. 1).

Nel 2005, in base ai risultati delle rilevazioni effettuate dall'ISTAT, gli arrivi di turisti italiani e stranieri presso le località termali<sup>1</sup> ammontano a poco più di 3,1 milioni, in aumento del 3,6 per cento rispetto al 2004 (a fronte del 5,1 per cento per il complesso delle località turistiche). Le giornate di presenza risultano pari a 13,6 milioni (Tab. 1), in aumento dell'1,0 per cento rispetto al 2004. Negli ultimi tre anni, inoltre, la permanenza media dei clienti delle strutture ricettive delle località termali è scesa da 4,7 a 4,3 giorni. Solo nelle località del Mezzogiorno si è registrato un leggero aumento delle giornate medie di presenza.

Secondo le valutazioni di Federterme, la stagione primaverile continua ad essere il periodo dell'anno in cui si registra la maggiore affluenza di turisti italiani e stranieri presso gli esercizi al-

**Fig. 1 - Presenze negli esercizi ricettivi delle località turistiche**  
(numeri indici: 2003=100)



Fonte: elaborazioni Federterme su dati ISTAT.

\* A cura di Federterme.

<sup>1</sup> Sono esclusi i Comuni che, seppur dotati di importanti stabilimenti termali, vengono inseriti, per motivi di prevalenza, in altre categorie della classificazione ufficiale predisposta dall'ENIT (località montane, marine, lacuali, di interesse storico e artistico, ecc.). Ne costituiscono tipici esempi: Sirmione, Rimini, Riccione, Assisi, Viterbo e Acireale.

**Tab. 1 - Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi italiani**  
(valori assoluti e percentuali)

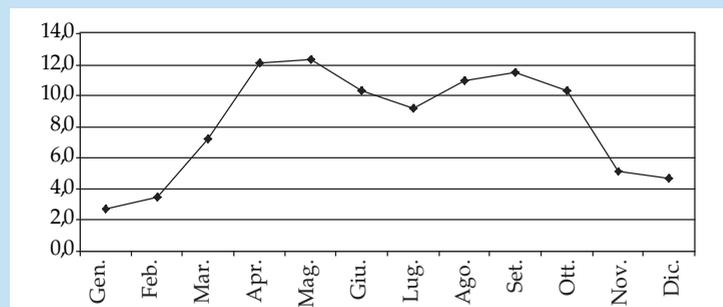
Anni	Arrivi		Presenze		Giornate medie di presenza
	numero	var. %	numero	var. %	
<b>Località termali</b>					
2003	2.979.190	-	13.871.242	-	4,7
2004	3.015.607	1,2	13.432.548	-3,2	4,5
2005	3.123.000	3,6	13.570.000	1,0	4,3
<b>Totale località turistiche</b>					
2003	66.144.303	-	286.525.564	-	4,3
2004	66.845.457	1,1	287.768.675	0,4	4,3
2005	70.268.000	5,1	294.637.000	2,4	4,2
<b>Totale generale</b>					
2003	82.724.652	-	344.413.317	-	4,2
2004	85.956.568	3,9	345.616.227	0,3	4,0
2005	88.338.000	2,8	355.255.000	2,8	4,0

Fonte: elaborazioni Federterme su dati ISTAT.

berghieri delle località termali (il 34,8 per cento del totale nel 2005), seguita a breve distanza dalla stagione estiva (31,7 per cento; Fig. 2). Nel trimestre dicembre-febbraio, cioè nel periodo di chiusura di molte strutture, gli arrivi segnano un consistente ridimensionamento (10,8 per cento).

Così come in altre località con forti picchi stagionali della domanda, anche in quelle termali le giornate medie di presenza pres-

**Fig. 2 - Arrivi negli esercizi alberghieri delle località termali per mese, 2005**  
(in percentuale del totale)



Fonte: Federterme.

so le strutture alberghiere mostrano, nell'arco dell'anno, un andamento parabolico (Fig. 3): risultano piuttosto contenute nei mesi iniziali dell'anno, aumentano sensibilmente durante la stagione primaverile, toccano un valore massimo ad agosto (di 6 giorni nel 2005) e si riducono negli ultimi mesi dell'anno, assestandosi su un valore minimo a dicembre (2,9 giorni).

Per la sua particolare conformazione geologica, ricca di fenomeni vulcanici, l'Italia è molto probabilmente il paese europeo che vanta

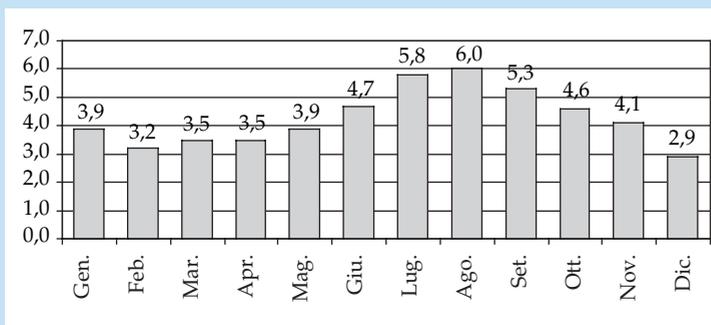
il maggior numero di stabilimenti termali: se ne contano, infatti, attualmente in funzione ben 380, ripartiti fra 170 Comuni (Tab. 2). Il 46,7 percento degli impianti sono ubicati nell'Italia settentrionale, il 14,8 percento in quella centrale e il rimanente 38,5 percento nel Mezzogiorno. Le Regioni con il più alto numero di stabilimenti termali sono la Campania (114) e il Veneto (110), seguite nell'ordine dall'Emilia-Romagna (24), dalla Toscana (22), dal Lazio (18) e dalla Lombardia (16). In fondo alla graduatoria si trovano la Basilicata con due stabilimenti, la Liguria con uno e il Molise che è l'unica Regione ad esserne del tutto priva.

Il 65 percento delle strutture ha una dimensione medio-grande, impiega cioè almeno 25 addetti (compresi gli stagionali), il rimanente 35 percento una dimensione piccola (Tab. 2). Mentre gli stabilimenti di maggiore dimensione sono distribuiti in maniera abbastanza uniforme su tutto il territorio nazionale, quelli di minore dimensione sono concentrati in Campania e nel Veneto.

Incrociando le elaborazioni di Federterme con le informazioni desunte dall'ultimo Censimento generale dell'industria ISTAT, si evince che il 93 percento delle aziende termali sono organizzate in società e il restante 7 percento assumono altra forma giuridica (imprese individuali, coo-

**Fig. 3 - Permanenza negli alberghi delle località termali per mese, 2005**

(giornate medie)



Fonte: Federterme.

perative, ecc.). Le società per azioni e quelle a responsabilità limitata sono nettamente maggioritarie e rappresentano rispettivamente il 40 e il 39 per cento del totale (Fig. 4).

Le strutture alberghiere e complementari delle località termali accolgono oggi quasi il 5 per cento del complesso dei turisti italiani e stranieri che decidono di trascorrere un periodo di vacanza nel nostro Paese. Percentuale che sale notevolmente se si tiene conto anche degli arrivi presso tutti quei Comuni dotati di stabilimenti ma classificati dall'ENIT in altre categorie. Pre-scindendo dalla suddetta classificazione e focalizzando quindi l'attenzione su tutti i Comuni dotati di impianti termali, dalle rilevazioni effettuate dall'ISTAT si evince che la loro capacità ricettiva è piuttosto soddisfacente (Tab. 3). Basti considerare che gli esercizi alberghieri ammontano complessivamente a 5.831 unità (corrispondenti al 17,4 per cento del totale nazionale) e dis-

spongono di oltre 381.000 posti letto (37,7 per cento). L'elevata capacità ricettiva è dovuta principalmente alla prevalenza di alberghi con almeno 3 stelle (cioè gli alberghi di lusso e quelli di prima e seconda categoria) che sono in grado di assorbire circa i 3/4 degli arrivi e agli esercizi complementari (campeggi, villaggi turistici, agriturismo, *bed and breakfast*, ecc.).

**Tab. 2 - Stabilimenti termali in attività per Regione, 2005**  
(valori assoluti e percentuali)

Regioni	Numero	Distribuz. (%)
Campania	114	30,1
Veneto	110	29,0
Emilia-Romagna	24	6,3
Toscana	22	5,8
Lazio	18	4,7
Lombardia	16	4,2
Piemonte	10	2,6
Trentino-Alto Adige	10	2,6
Marche	10	2,6
Sicilia	10	2,6
Umbria	6	1,6
Calabria	6	1,6
Sardegna	6	1,6
Abruzzo	5	1,3
Friuli-Venezia Giulia	4	1,1
Puglia	3	0,8
Valle d'Aosta	2	0,5
Basilicata	2	0,5
Liguria	1	0,3
Molise	1	0,3
Nord	177	46,7
Centro	56	14,8
Mezzogiorno	147	38,5
<b>Italia</b>	<b>380</b>	<b>100,0</b>
Strutture di medio-grande dimensione	246	64,9
Strutture di piccola dimensione	134	35,1

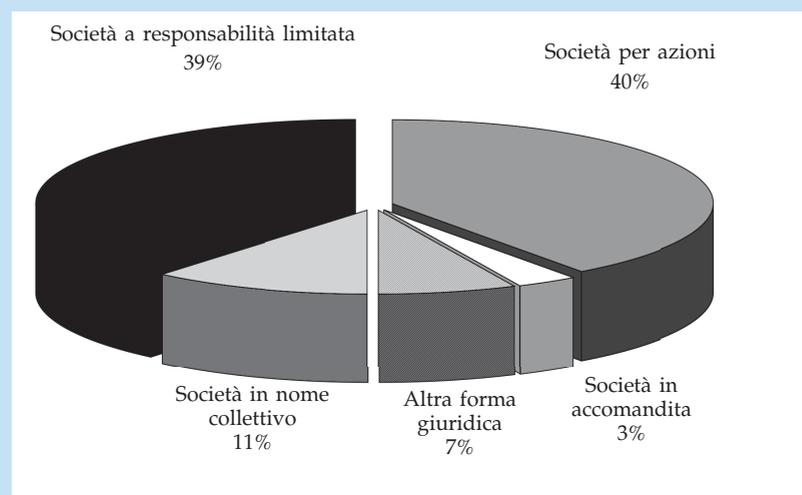
Fonte: Federterme.

Gli alberghi a 4-5 stelle situati nei Comuni dotati di impianti termali ammontano complessivamente a 610 unità (il 16,6 per cento del totale nazionale) e dispongono di quasi 43 mila camere con oltre 82 mila posti letto. Gli alberghi a 3 stelle risultano pari a 2.734 unità (19,4 per cento del totale) e contano quasi 108 mila camere con circa 203 mila posti letto. I rimanenti 2.487 esercizi alberghieri (15,8 per cento) dispongono di poco meno di 54 mila camere con più di 96 mila posti letto.

Nel periodo più recente, sulle *performance* economiche del settore termale ha pesato negativamente, oltre alla crescente pressione concorrenziale esercitata dalle altre località turistiche e dalle strutture consimili (*beauty-farm*, centri benessere, ecc.), anche l'insoddisfacente andamento della spesa per consumi delle famiglie, ascrivibile al tendenziale ristagno dei redditi da lavoro e al peggioramento delle prospettive a medio-lungo termine. Per quanto concerne più direttamente il settore in esame, basti pensare che dal 2001 al 2005 le spese per i servizi alberghieri sono diminuite del 4,6 per cento, quelle per le escursioni turistiche e le vacanze "tutto compreso" del 3,6 per cento, quelle per le prestazioni ambulatoriali (visite mediche, accertamenti diagnostici, analisi cliniche, cure idrotermali, fisioterapia, ecc.) del 4,9 per cento<sup>2</sup>.

Le aziende di medio-grande dimensione, ossia quelle con almeno 25 addetti compresi gli sta-

**Fig. 4 - Aziende termali per forma giuridica, 2005**  
(composizione percentuale)



Fonte: Federterme.

<sup>2</sup> Elaborazioni Federterme su dati ISTAT, *I consumi delle famiglie*.

**Tab. 3 - Principali caratteristiche degli alberghi ubicati nei Comuni con impianti termali, 2004**

Categorie	Esercizi	Camere	Letti	Bagni
<b>Comuni con stabilimenti termali</b>				
Alberghi a 5 stelle	37	3.906	6.996	4.061
Alberghi a 4 stelle	573	39.007	75.125	39.640
Alberghi a 3 stelle	2.734	107.953	203.029	110.288
Alberghi a 2 stelle	1.469	34.850	60.976	35.331
Alberghi a 1 stella	815	13.204	22.433	12.142
Residenze turistico-alberghiere	203	5.932	12.814	5.664
<b>Totale</b>	<b>5.831</b>	<b>204.852</b>	<b>381.373</b>	<b>207.126</b>
<b>Incidenze percentuali sul totale nazionale</b>				
Alberghi a 5 stelle	17,1	9,6	35,7	20,3
Alberghi a 4 stelle	16,6	8,2	32,1	16,8
Alberghi a 3 stelle	19,4	11,7	42,8	23,1
Alberghi a 2 stelle	17,7	12,4	39,9	23,9
Alberghi a 1 stella	15,0	10,3	31,9	21,6
Residenze turistico-alberghiere	9,9	3,9	21,2	10,3
<b>Totale</b>	<b>17,4</b>	<b>10,2</b>	<b>37,7</b>	<b>20,9</b>

Fonte: elaborazioni Federterme su dati ISTAT.

gionali, hanno risentito in misura maggiore delle avversità congiunturali, soprattutto perché, diversamente da quelle di dimensione inferiore, non sono riuscite a compensare con la crescita delle prestazioni per il benessere il rallentamento della domanda di trattamenti sanitari. Tale rallentamento è ascrivibile, fra l'altro, anche all'aumento dei ticket sulle prestazioni ambulatoriali disposto con la Finanziaria per il 2003, tenuto conto che il taglio dei rimborsi a carico del SSN non è stato interamente assorbito dalla maggiore spesa privata.

Le difficoltà del settore si sono parzialmente riflesse sull'evoluzione dei livelli occupazionali che, in linea con quanto riscontrato in altre attività dei servizi, hanno evidenziato tassi di crescita tendenzialmente decrescenti. Nel 2005, secondo le valutazioni di Federterme (Tab. 4), le 380 strutture termali presenti nel nostro Paese hanno impiegato complessivamente 16.052 addetti (corri-

**Tab. 4 - Occupati nelle aziende termali**  
(valori assoluti e percentuali)

Voci	2003	2004	2005	Var. % 2003/2004	Var. % 2004/2005
<b>Totale aziende</b>					
Occupati	15.170	15.855	16.052	4,5	1,2
- A tempo indeterminato	6.706	6.799	6.919	1,4	1,8
- A tempo determinato	8.464	9.056	9.133	7,0	0,9
<b>Composizione percentuale</b>					
Occupati	100,0	100,0	100,0	-	-
- A tempo indeterminato	44,2	42,9	43,1	-	-
- A tempo determinato	55,8	57,1	56,9	-	-
<b>Valori medi per stabilimento</b>					
Occupati	40,0	41,8	42,4	-	-
- A tempo indeterminato	17,7	17,9	18,3	-	-
- A tempo determinato	22,3	23,9	24,1	-	-

Fonte: Federterme.

spondenti a poco meno del 10 per cento di quelli rilevati per il comparto degli esercizi alberghieri). Gli occupati a tempo indeterminato si sono attestati a 6.919 unità (il 43,1 per cento del totale), mentre quelli a tempo determinato a 9.133 unità (56,9 per cento). Nel 2005 l'andamento dell'occupazione ha mostrato una significativa decelerazione: il discreto andamento dell'occupazione a tempo indeterminato, accresciutasi dell'1,8 per cento (+1,4 per cento nel 2004), è stato accompagnato da una netta frenata della manodopera stagionale aumentata di appena lo 0,9 per cento (a fronte di +7,0 per cento nel 2004). Tuttavia, a prescindere dalle variazioni annue, che possono essere il risultato dell'adattamento a repentini cambiamenti della domanda di mercato e/o l'effetto delle politiche occupazionali delle grandi aziende, la tendenza di fondo del settore è quella di un graduale ridimensionamento delle forze di lavoro a tempo indeterminato, a vantaggio di quelle a tempo determinato. Spinge verso questa direzione non solo la forte concentrazione dell'utenza nel periodo primaverile-estivo, ma anche la crescente importanza delle azien-

de minori, che molto difficilmente possono sostenere i maggiori oneri connessi con le assunzioni di lavoratori a tempo indeterminato. Rapportando il totale degli occupati a quello delle unità produttive, si evince che nel 2005 ogni stabilimento termale ha impiegato in media più di 42 addetti; valore che si riduce a circa 6 addetti per gli stabilimenti di minore dimensione (dove più dei 3/4 degli occupati sono stagionali).

Nel 2005, al netto degli eventuali ricavi derivanti dall'attività alberghiera, il fatturato totale del settore si è attestato a 708,4 milioni di euro (pari in media a quasi 1,9 milioni di euro per stabilimento). Rispetto all'anno precedente, esso è pertanto aumentato di 2,5 punti percentuali in termini nominali, a fronte di un incremento del 7,1 per cento registrato nel 2004 (Tab. 5). In linea con le tendenze emerse a partire dalla metà degli anni Novanta, anche nel 2005 la crescita del fatturato totale è essenzialmente riconducibile al sostenuto andamento dei ricavi derivanti dalle prestazioni per il benessere, accresciutisi del 7,6 per cento a prezzi correnti (da 119,3 a 128,4 milioni di euro).

La quota di fatturato ascrivibile alle prestazioni per il benessere si è perciò ampliata in misura significativa (Tab. 6), oltrepassando la soglia del 18 per cento nel 2005 (dal 16,2 per cento del 2003).

**Tab. 5 - Bilancio del settore termale**

(valori in migliaia di euro e variazioni percentuali)

Voci e indicatori di bilancio	2003	2004	2005	Var. % 2003/2004	Var. % 2004/2005
<b>Totale Fatturato</b>	<b>645.302</b>	<b>690.882</b>	<b>708.359</b>	<b>7,1</b>	<b>2,5</b>
- Fatturato per prestazioni sanitarie	541.008	571.557	579.959	5,6	1,5
- Fatturato per prestazioni benessere	104.294	119.325	128.400	14,4	7,6
<b>Totale Costi di produzione</b>	<b>626.703</b>	<b>666.100</b>	<b>694.843</b>	<b>6,3</b>	<b>4,3</b>
- Spese per il personale	279.902	298.486	308.664	6,6	3,4
- Altri costi di produzione	346.801	367.614	386.179	6,0	5,1
<b>Risultato operativo</b>	<b>18.598</b>	<b>24.781</b>	<b>13.516</b>	<b>33,2</b>	<b>-45,5</b>
Valore aggiunto	432.224	474.746	488.334	9,8	2,9
Immobilizzazioni tecniche	1.304.195	1.365.005	1.426.525	4,7	4,5

Fonte: Federterme.

**Tab. 6 - Fatturato e costi di produzione del settore termale***(composizioni percentuali)*

Voci di bilancio	2003	2004	2005
<b>Totale Fatturato</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
- Fatturato per prestazioni sanitarie	83,8	82,7	81,9
- Fatturato per prestazioni benessere	16,2	17,3	18,1
<b>Totale Costi di produzione</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
- Spese per il personale	44,7	44,8	44,4
- Altri costi di produzione	55,3	55,2	55,6

Fonte: Federterme.

Se queste tendenze saranno confermate, è verosimile ritenere che entro il 2008 tale percentuale salga ulteriormente, avvicinandosi al 20 per cento.

Scontando l'indebolimento della domanda e la sostanziale stazionarietà dei listini, il fatturato derivante dall'erogazione di trattamenti sanitari è invece aumentato a un tasso inferiore a quello dell'indice dei prezzi al consumo nel 2005 (rispettivamente dell'1,5 e dell'1,9 per cento), raggiungendo un valore di quasi 580 milioni di euro. Non sono poche, peraltro, le aziende di maggiori dimensioni che, anziché un incremento, hanno accusato una diminuzione degli incassi di 1-2 punti percentuali.

Il fatturato in questione si compone per il 34,4 per cento da fanghi e bagni termali (199,5 milioni di euro), per il 29,7 per cento da cure inalatorie (172,2 milioni di euro), per il 12,5 per cento da terapie idropiniche (72,5 milioni di euro) e per il restante 23,9 per cento da altre prestazioni sanitarie (135,7 milioni di euro; Tab. 7).

Dopo avere brevemente esaminato la recente dinamica delle componenti positive di reddito, bisogna ora volgere l'attenzione alle componenti negative (Tabb. 5 e 8). Nel 2005, sempre in base ai risultati delle elaborazioni effettuate da Federterme, i costi di produzione, al lordo degli ammortamenti, sono aumentati del 4,3 per cento in termini nominali, attestandosi intorno ai 695 milioni di euro (corrispondenti in media a poco più di 1,8 milioni di euro per stabilimento).

Dato il più elevato ritmo di crescita delle spese rispetto alle entrate, il saldo positivo della ge-

**Tab. 7 - Fatturato degli stabilimenti termali per tipo di prestazione sanitaria, 2005***(valori in migliaia di euro e percentuali)*

<b>Prestazioni sanitarie</b>	<b>Fatturato</b>	<b>Composizione %</b>
Fanghi e bagni termali	199.506	34,4
Cure inalatorie	172.248	29,7
Cure idropiniche	72.495	12,5
Fanghi e bagni annettamento	36.537	6,3
Bagni	26.678	4,6
Riabilitazione motoria e respiratoria	20.879	3,6
Sordita rinogena	19.719	3,4
Ventilazione polmonare	8.119	1,4
Flebopatie	5.800	1,0
Idrofangobalneoterapia	4.640	0,8
Irrigazioni vaginali + bagni	7.540	1,3
Stufe o grotte	2.900	0,5
Docce rettali	2.320	0,4
<b>Totale</b>	<b>579.959</b>	<b>100,0</b>

*Fonte: Federterme.*

stione operativa del settore si è ridotto a 13,5 milioni di euro, contro i 24,8 del 2004 (-45,5 per cento; Tab. 5). In alcune aziende più grandi, peraltro, il risultato della gestione caratteristica ha continuato a presentare segno negativo, non solo per le difficoltà incontrate nell'attrarre la domanda di servizi per il benessere e nell'implementare nuove attività collaterali, ma anche per la crescente incidenza del costo del lavoro, che assorbe in certi casi ben più della metà del fatturato totale. Con un incremento del 3,4 per cento a prezzi correnti (da 298,5 a 308,7 milioni di euro), determinato essenzialmente dall'allargamento dell'occupazione, le spese per il personale hanno aumentato la loro incidenza sul fatturato (dal 43,2 al 43,6 per cento nel biennio 2004-2005, Tab. 8).

Il costo del lavoro per addetto, che è forse uno degli indicatori più appropriati per valutare le tensioni dal lato dell'offerta, ha segnato un incremento solo leggermente maggiore del tasso di inflazione, attestandosi poco sopra la soglia dei 19 mila euro.

Nel 2005, il valore delle immobilizzazioni materiali e immateriali si è accresciuto del 4,5 per cento

**Tab. 8 - Indicatori di bilancio del settore termale***(valori percentuali e in migliaia di euro)*

Indicatori	2003	2004	2005	Var. % 2003/2004	Var. % 2004/2005
Costi/Fatturato	97,1	96,4	98,1	-0,7	1,7
Spese per il personale/Fatturato	43,4	43,2	43,6	-0,4	0,9
Costo del lavoro per addetto	18,5	18,8	19,2	2,0	2,1
Fatturato per addetto	42,5	43,6	44,1	2,4	1,3
Valore aggiunto per addetto	28,5	29,9	30,4	5,1	1,6
Capitale per addetto	86,0	86,1	88,9	0,1	3,2

*Fonte: Federterme.*

(da 1.365 a 1.426,5 milioni di euro, Tab. 5). Lo stock di capitale per addetto si è quindi avvicinato agli 89 mila euro (Tab. 8). Rapportando le spese per l'ammortamento al valore delle immobilizzazioni si evince che la vita residua di queste ultime, ossia la durata dell'ammortamento, è mediamente pari a 27 anni, con punte superiori ai 30 anni per alcuni stabilimenti.

## 19. Il turismo alpino: caratteristiche strutturali della domanda e dell'offerta\*

Il turismo nelle regioni alpine è un fenomeno particolarmente rilevante, sia dal punto di vista storico – si colloca infatti in quest'area a metà Settecento la nascita del fenomeno turistico montano – sia dal punto di vista della sua rilevanza economica per le Regioni medesime. L'offerta turistica alpina, invernale ed estiva, ha una notorietà elevata anche al di fuori dei confini europei, riflessa sia nell'entità dei flussi turistici, sia nel numero di posti letto disponibili. Nel 2005 infatti, considerando solo alcune delle regioni alpine<sup>1</sup>, si sono raggiunte circa 206 milioni e mezzo di presenze, mentre il numero dei posti letto è stato stimato attorno al milione e ottocentomila unità.

Il turismo nell'arco alpino ha assunto prevalentemente una configurazione di sviluppo di tipo *community*, nella quale l'intera popolazione residente è coinvolta nell'offerta di servizi turistici ed in cui l'interazione delle attività di molteplici attori porta a proporre sul mercato un prodotto modulare personalizzabile dal turista<sup>2</sup>. La titolarità delle strutture e delle infrastrutture turistiche appartiene in larga parte ad operatori locali, con conseguente controllo locale dei capitali investiti e distribuzione locale del valore aggiunto. Altra peculiarità del turismo alpino è data dalla piccolo-media dimensione e dalla prevalente conduzione familiare delle imprese turistiche che operano nelle diverse attività collegate al turismo che, per quel che attiene il comparto ricettivo, appartengono per lo più al settore extra-alberghiero, che assume in quest'area un peso rilevante. L'offerta turistica è inoltre fortemente influenzata dalle condizioni meteorologiche e si presenta con una marcata doppia stagionalità.

Dal lato della domanda invece, prevale la presenza del segmento di turismo *leisure* non intermediato, con aspettative di fruizione della vacanza orientate verso la conoscenza degli aspetti identitari della località visitata e con un'elevata sensibilità verso gli aspetti ambientali.

---

\* A cura di Mariangela Franch (Università di Trento).

<sup>1</sup> Le Regioni prese in considerazione sono: Carinzia e Tirolo in Austria, Vallese e Grigioni in Svizzera, Savoia e Alta Savoia in Francia, Alto Adige e Trentino in Italia.

<sup>2</sup> In riferimento alle caratteristiche peculiari del fenomeno turistico nell'arco alpino, si veda: Franch M.(a cura di, 2002), *Destination management. Governare il turismo fra locale e globale*, Giappichelli, Torino; Martini U. (2005), *Management dei sistemi territoriali. Gestione e marketing delle destinazioni turistiche*, Giappichelli, Torino.

Nel corso degli ultimi anni il turismo alpino, dopo una lunga crescita, in alcuni casi esponenziale, sta vivendo una fase di maturità. Le cause di questa situazione possono essere ricondotte a diversi ordini di fattori, tra cui le modificazioni nei gusti e nei comportamenti dei turisti che si stanno caratterizzando per una spiccata sensibilità all'ambiente, la crescita della competizione, le difficoltà che le destinazioni turistiche alpine hanno incontrato nel *management* dell'offerta, la scarsa capacità di proporre sul mercato un'offerta unitaria per affrontare al meglio la pressione competitiva.

I risultati di alcune indagini<sup>3</sup> relative alle caratteristiche strutturali della domanda e dell'offerta nell'arco alpino confermano le peculiarità di quest'area e le recenti modificazione.

### *Profili comportamentali dei turisti nell'arco alpino*

I turisti che frequentano le Alpi si dividono in due segmenti, il "segmento fidelizzato" e il "segmento esplorativo" (Tab. 1). Le differenze comportamentali ed anagrafiche dei componenti dei due segmenti sono molto nette e consentono di individuare un portafoglio clienti della destinazione alpina assai bilanciato. Circa il 65 per cento di quest'ultimo è composto infatti da ospiti altamente fidelizzati, che tornano nel luogo di vacanza quasi ogni anno, in maggioranza italiani, trascorrono le vacanze con la famiglia, esprimono un livello di soddisfazione significativo ed esercitano un'azione comunicativa molto efficace nei confronti di potenziali altri turisti. Il segmento degli ospiti nuovi costituisce il 35 per cento circa del mercato, è composto per lo più da ospiti stranieri, mediamente più giovani, che trascorrono la vacanza con amici. Tale segmento

---

<sup>3</sup> Le indagini sono state effettuate dal gruppo di ricerca "eTourism" della Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Trento, coordinato dalla prof.ssa Mariangela Franch. Obiettivo del gruppo, fondato nel 1997 presso il Dipartimento di Informatica e Studi Aziendali e formato da studiosi provenienti da diverse aree di studio, è quello di analizzare le caratteristiche del settore turistico nelle regioni alpine. Le principali linee di ricerca condotte in questi 10 anni di lavoro hanno riguardato lo studio delle ICT applicate al turismo, le forme di integrazione fra attori della filiera turistica (*destination management*) e la relazione fra sostenibilità e turismo, con una particolare attenzione all'ecoturismo.

Le ricerche a cui ci si riferisce in questa sede sono: *Modelli decisionali e profili comportamentali dei turisti nelle Dolomiti* (biennio 2000-2002), *Analisi dell'organizzazione dell'offerta turistica e ruolo delle ICT nello sviluppo delle relazioni tra attori e con il mercato nelle destinazioni alpine italo-francesi* (2002-2004), *Progetto PRIN Il Management dei sistemi turistici locali: strategie e strumenti per la creazione, lo sviluppo e la governance* (2004-2006), *Verso un turismo sostenibile per il territorio della Marmolada* (2005-2006), *Analisi degli scenari evolutivi dell'offerta turistica delle piccole imprese alberghiere nelle Alpi: relazioni sistemiche territoriali, utilizzo delle ICT e politiche per la sostenibilità* (2005-2006) e *Competere da piccoli. Rapporto 2006 sulle piccole imprese trentine. Trentino, dal turismo nuovo impulso allo sviluppo* (a cura del Comitato Locale di Trento e Bolzano di Unicredit Group, 2006).

**Tab. 1 - I profili dei turisti nell'arco alpino**

	Segmento "fidelizzato"	Segmento "esplorativo"
Provenienza	Italia	Europa
Nucleo turistico	famiglia	amici - gruppi organizzati
Età	matura (46-65 anni)	giovani (< 29 anni)
Conoscenza destinazione	esperti	neofiti
Ricerca informazioni	fonti interne (esperienze precedenti)	fonti esterne (passaparola, pubblicità, Internet)
Scelta destinazione	senza intermediazione	con intermediazione (AdV, Consorzi, Apt, Internet)
Prenotazione	contatto diretto della struttura ricettiva	con intermediazione (AdV, Consorzi, Apt, Internet)
Tipologia di alloggio	alberghi, residence, appartamenti	Camping e garni
Permanenza media	2 settimane	< 1 settimana
Budget a persona	500 - 1500 euro	< 500 euro

Fonte: eTourism.

rappresenta il serbatoio di svecchiamento del portafoglio, oltre che un nuovo potenziale strumento comunicativo.

Il fenomeno turistico che vede protagoniste le Alpi è quindi fortemente legato alla figura del turista "fai da te", che si contraddistingue per alcuni aspetti caratterizzanti: un alto grado di fidelizzazione, la non intermediazione nell'organizzazione della vacanza, la ricerca di un contatto con la natura e la cultura locale.

I turisti che soggiornano nelle località alpine si dimostrano tendenzialmente conoscitori ed esperti dei luoghi. Coloro che soggiornano per la prima volta infatti sono poco più di un terzo degli ospiti e questa tendenza si è dimostrata abbastanza stabile nel tempo (Tab. 2). Inoltre, coloro che dichiarano di voler tornare a trascorrere una vacanza nelle destinazioni alpine sono circa l'86 per cento degli ospiti, che manifestano pertanto un elevato indice di fidelizzazione (Tab. 3).

La maggior parte degli ospiti organizza autonomamente la propria vacanza, prenotando attraverso un contatto diretto con la struttura ricettiva presso la quale intende alloggiare (Fig. 1). Tale tendenza, costante nel tempo, caratterizza maggiormente il soggiorno estivo, durante il quale è più frequente anche la ricerca dell'alloggio in loco e l'utilizzo delle seconde case – di proprietà o di amici – che non necessita di prenotazione. L'attività di intermediazione svolta dalle Agenzie di Viaggi, dai *Tour Operator* e da Associazioni e Consorzi non influenza particolarmente *l'incoming* in questo territorio, anche se durante la stagione invernale queste modalità di prenotazione sono più richieste.

Il fattore di attrattività maggiormente ricercato dall'ospite nella stagione estiva è il contatto con la natura e la cultura locale, ricerca che è andata consolidandosi nel tempo (Fig. 2). Nella stagione invernale la possibilità di praticare attività sportive rimane il fattore di attrattività principale, ricercato da più del 40 per cento degli ospiti, ma nel corso degli anni si è assistito ad un forte incremento della motivazione relax. Circa un turista su sei, inoltre, ricerca la bellezza dell'ambiente e del paesaggio ed il contatto e la conoscenza con la cultura del luogo.

Gli ospiti che soggiornano nelle località dell'arco alpino mostrano, sia nella stagione estiva che in quella invernale, una crescente sensibilità verso la fruizione attenta del territorio: sembra-

**Tab. 2 - Precedenti vacanze trascorse dai turisti nelle località alpine**

(composizioni percentuali)

	Estate 2001	Inverno 2001/2002	Estate 2005	Inverno 2005/2006
Prima volta	32,5	34,8	17,9	36,3
Saltuariamente	38,7	41,7	39,0	33,2
Da molti anni	28,8	23,6	43,1	30,5

Fonte: eTourism.

**Tab. 3 - Intenzioni future a trascorrere una vacanza nelle destinazioni alpine**

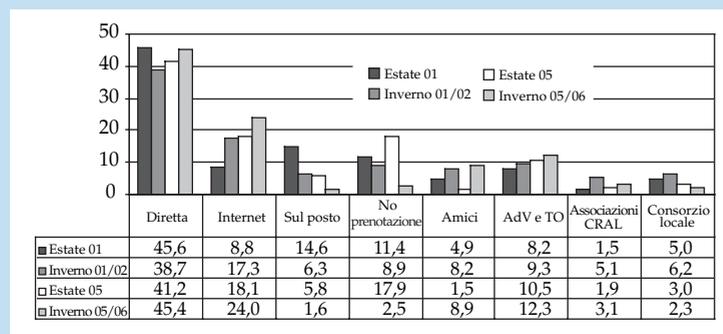
(composizioni percentuali)

	Estate 2001	Inverno 2001/2002	Estate 2005	Inverno 2005/2006
Si	84,8	85,6	91,9	82,8
Altra stagione	7,6	7,0	2,8	3,1
No	1,2	0,7	0,0	1,1
Non so	6,4	6,7	5,3	13,1

Fonte: eTourism.

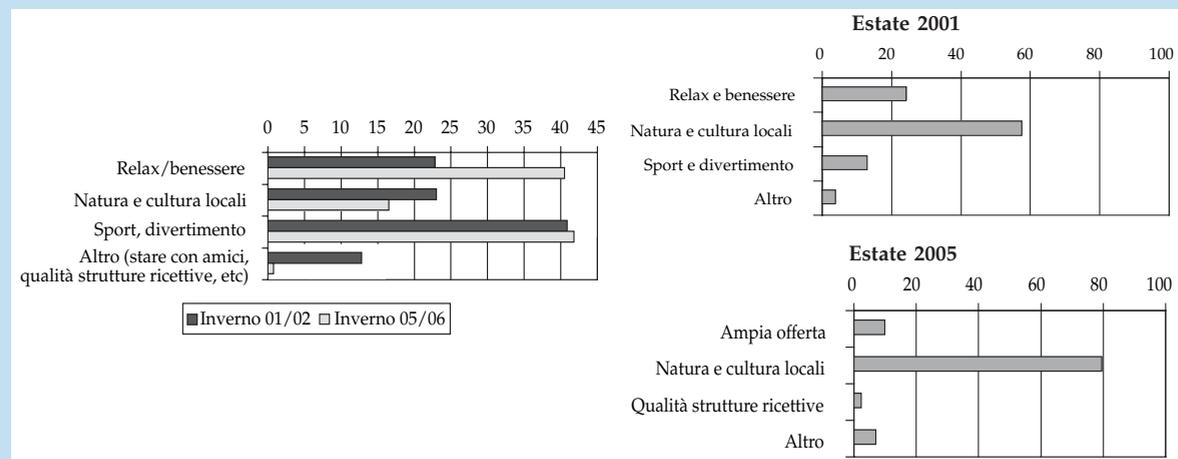
no, infatti, consapevoli della necessità di porre dei limiti – ecologici, antropologici e sociali – affinché esso possa essere fruito in una prospettiva di medio-lungo termine (Tab. 4 e 5). L'accettazione di regole che impongono la riduzione dell'impatto che il turismo inevitabilmente determina sui territori non viene vista come limite negativo, bensì come condizione positiva per aumentare la qualità della vacanza.

**Fig. 1 - Modalità di prenotazione dell'alloggio**  
(in percentuale del totale)



Fonte: eTourism.

**Fig. 2 - Fattori di attrattività ricercati dal turista**  
(in percentuale del totale)



Fonte: eTourism.

### *Gli aspetti caratterizzanti dell'offerta alpina*

Le indagini relative alle caratteristiche strutturali dell'offerta nell'arco alpino sono state svolte prendendo come oggetto di osservazione la categoria degli albergatori. Tale scelta è da ricondurre ad una serie di ragioni: la centralità della componente alberghiera rispetto alle altre attività della filiera turistica in termini di occupazione, di spesa dei turisti e di attivazione di consumi endogeni ai sistemi; la sistematicità con cui le fonti statistiche ufficiali rilevano aspetti strutturali e movimentazione turistica del comparto alberghiero rispetto a quello extra-alberghiero, in cui per di più i dati non sono omogenei e, quindi, non sono confrontabili; il riferimento privilegiato della normativa regionale di settore e della letteratura specialistica, nazionale e internazionale, al comparto alberghiero per la regolamentazione e/o lo studio di aspetti quantitativi e qualitativi dell'impresa turistica.

Le imprese ricettive alberghiere situate nel territorio alpino sono imprese familiari di dimensione contenuta. Quasi la metà degli alberghi dispone di un numero di camere compreso tra le 15 e le 30 unità (Tab. 6). Il 34 per cento è dotato di un numero di stanze superiore a 30 e il restante 20 per cento sono strutture con capacità inferiore alle 15 camere. Complessivamente quindi,

**Tab. 4 - Valutazione delle limitazioni alla fruizione del territorio, estate 2005**

(composizione percentuale)

Infastidiscono	3,6
Portano disagio ma sono necessarie	23,4
Sono giuste	73,1

Fonte: eTourism.

**Tab. 5 - Necessità di porre dei vincoli allo sfruttamento del territorio, inverno 2006**

(composizione percentuale)

Non risponde	0,3
Non necessità	23,6
Necessità	76,1

Fonte: eTourism.

**Tab. 6 - Capacità ricettiva delle imprese alberghiere, 2003**

(composizione percentuale)

Fino a 15	20,1
Tra 15 e 30	46,2
Oltre 30	33,7

Fonte: eTourism.

il 66 per cento degli alberghi dispone di meno di 30 stanze.

L'elemento gestionale caratterizzante queste piccole medie imprese è l'indipendenza (Tab. 7). Gli alberghi sono, infatti, in larga maggioranza strutture uniche (89 per cento). L'8 per cento sono alberghi che appartengono a uno stesso proprietario e che sono gestiti congiuntamente ad altre strutture, mentre il 3 per cento appartengono a catene alberghiere o gruppi.

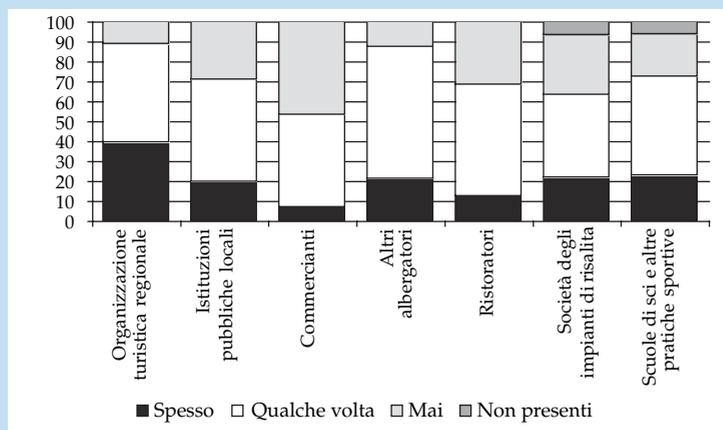
Il modello di sviluppo prevalente di tipo *community*, in cui il prodotto turistico è il risultato dell'interazione delle attività di molteplici attori, per sua natura implicherebbe la presenza di un forte *network* tra gli attori del territorio. Tuttavia, salvo che nell'area della Badia, di Canazei e della Gardena, l'intensità delle relazioni tra le imprese alberghiere e i diversi soggetti che vi operano appare ancora a livelli non molto elevati. Ad eccezione delle organizzazioni turistiche regionali o di ambito, con cui quasi il 90 per cento degli albergatori collabora almeno saltuariamente, emerge come le sinergie fra gli operatori siano abbastanza diffuse ma non molto frequenti (Fig. 3). I rapporti di collaborazione frequenti, in-

**Tab. 7 - Capacità ricettiva delle imprese alberghiere, 2003**  
(composizione percentuale)

Una struttura unica	88,6
Gestito dalla medesima proprietà assieme ad altre strutture	8,1
Parte di una catena o di un gruppo	3,3

Fonte: eTourism.

**Fig. 3 - Intensità della collaborazione con i diversi soggetti presenti nella destinazione, 2003**  
(composizioni percentuali)



Fonte: eTourism.

fatti, non coinvolgono mai più del 25 per cento delle strutture ricettive. Nel complesso quindi emerge uno scenario non caratterizzato da una frequente collaborazione tra le imprese alberghiere e gli altri operatori del settore, siano essi concorrenti diretti o altri attori che contribuiscono a definire l'offerta.

Prendendo in considerazione le principali attività rispetto alle quali gli albergatori collaborano con vari altri attori, si nota come tali attività permangano ad un livello operativo e non strategico e interessino prevalentemente un orizzonte temporale di breve termine (Tab. 8). Esse infatti

**Tab. 8 - Principali attività collaborative tra gli albergatori e i soggetti del territorio, 2005**

Soggetti	Attività
Organizzazione turistica	Promozione, eventi e manifestazioni
Istituzioni	Eventi e manifestazioni
Commercianti e ristoranti	Indirizzamento su richiesta del cliente
Altri albergatori	Gestione esuberi
Società di impianti e scuole di sci	Convenzioni

Fonte: eTourism.

ti si sostanziano in convenzioni con società di impianti e scuole di sci, nella gestione degli esuberi tra albergatori, nell'organizzazione di eventi e manifestazioni con le istituzioni pubbliche e l'organizzazione turistica, nell'indicazione ai clienti di negozi e ristoranti del luogo.

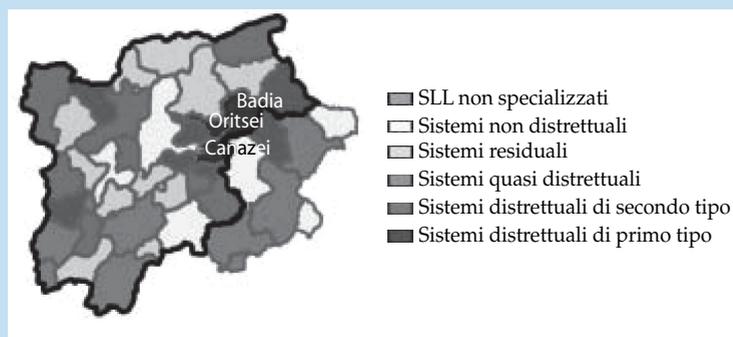
Se, a livello generale, all'interno del territorio alpino il *network* tra gli operatori appare ancora debole, vi sono tuttavia delle specifiche aree in cui la rete relazionale si dimostra maggiormente presente e intensa. Analizzando i territori attraverso un approccio distrettuale<sup>4</sup>, è stato possibile classificarli in funzione di un livello decrescente di specializzazione turistica - criterio che

<sup>4</sup> In quanto destinazioni *community*, le regioni alpine presentano tratti distintivi simili a quelli tipici dell'*Industrial District* (ID): la concentrazione spaziale, la specializzazione produttiva e le piccole e medie dimensioni delle imprese, nonché il carattere locale e comunitario dello sviluppo. Tale convergenza consente di sfruttare le potenzialità di analisi del modello distrettuale per lo studio di forme non manifatturiere di sviluppo locale come lo sviluppo turistico. L'*ID model*, infatti, non offre solo metodi e strumenti per lo studio della struttura produttiva delle destinazioni, ma anche categorie di analisi delle relazioni che si instaurano tra gli attori delle medesime e una chiave di lettura dei processi di coordinamento che si sviluppano al loro interno.

tiene conto del grado di integrazione delle attività che compongono la filiera turistica - e ciò ha portato ad individuare cinque classi di sistemi: i sistemi distrettuali di primo tipo, i sistemi distrettuali di secondo tipo, i sistemi quasi-distrettuali, i sistemi residuali e i sistemi non distrettuali.

L'analisi<sup>5</sup> ha fatto emergere come le aree della Badia, di Canazei e della Gardena si configurino come dei veri e propri sistemi distrettuali di primo tipo, con un elevato livello di concentrazione e specializzazione nelle attività turistiche e con un'elevata intensità nelle relazioni (Fig. 4). Nello specifico, le relazioni sono state indagate secondo cinque profili: le relazioni interne all'impresa, le relazioni con il territorio, le relazioni con le imprese della filiera, le relazioni con le istituzioni e le relazioni con l'ambiente esterno. Rispetto agli altri territori, le aree della Badia, di Canazei e della Gardena hanno rivelato una forte identità socio-culturale e un grado maggiore di frequenza e intensità nelle relazioni, delineandosi come territori in cui l'elevato livello di fiducia e di cooperazione influisce positivamente sulla qualità dell'offerta. È infatti l'offerta dell'intera destinazione – risultato della cooperazione e integrazione delle offerte dei singoli attori – con le sue specificità, risorse e tipicità territoriali che può ambire a proporsi come valida alternativa alle offerte della concorrenza.

Fig. 4 - I distretti turistici dell'area dolomitica, 2005



Fonte: eTourism.

<sup>5</sup> L'analisi è stata svolta relativamente all'area dolomitica.

**Il turismo sulla neve\***

*La stagione 2006/2007, da poco conclusa, è stata sicuramente una delle più difficili che il turismo invernale abbia dovuto superare negli ultimi 20 anni, a causa delle scarse precipitazioni nevose e delle alte temperature registrate.*

*Gli anni 1988 e 1989, caratterizzati da una grave carenza di neve, da questo punto di vista erano stati anche peggiori; tuttavia, alle gravi difficoltà derivanti dalle avverse condizioni climatiche era stato posto rimedio dotando i centri interessati di adeguati impianti di innevamento artificiale che hanno reso possibile affrontare con successo anche le successive stagioni invernali.*

*Nessuna delle stagioni invernali successive al 1988 avrebbe potuto avere successo senza l'innevamento artificiale: un sistema fondamentale, la cui importanza è progressivamente cresciuta nel tempo, di pari passo con il calo delle precipitazioni.*

*Dopo le incertezze dei primi di dicembre, nelle zone più attrezzate sono state limitate le perdite e si è riusciti a garantire comunque il buon esito della stagione, contribuendo a sostenere anche tutto l'indotto del turismo della neve. Le centinaia di aziende di impianti di risalita, con circa 12 mila dipendenti, hanno sostenuto l'attività in montagna di quasi 250.000 persone (senza contare coloro che lavorano per rifornire il settore). Quindi, nonostante le difficoltà dell'andamento climatico, la stagione 2006/2007 è stata affrontata positivamente.*

*La fragilità dell'equilibrio ambientale della montagna richiede la scelta di uno sviluppo sostenibile, con un dialogo continuo con le comunità del territorio per coniugare gli obiettivi gestionali quantitativi con quelli qualitativi, in misura e maniera appropriata.*

*La progressiva riduzione delle precipitazioni nevose causata dal riscaldamento del pianeta comporterà crescenti difficoltà nel settore e un innalzamento delle altitudini utili per l'attività sciistica.*

*In tutta la filiera turistica invernale, il settore degli impianti a fune è quello maggiormente esposto e che risente direttamente e immediatamente dei rischi stagionali. Gli altri settori, invece, hanno una maggiore inerzia e vengono in gran parte sostenuti dal turismo bianco.*

*Il turismo invernale è nella quasi totalità rappresentato dallo sci: non esiste, infatti, una reale e praticabile alternativa allo sci in montagna come motivazione della vacanza invernale. Qualunque altra forma di turismo (cosiddetto "leggero": congressuale, delle passeggiate con le racchette, delle visite ai musei e alla scoperta delle tradizioni locali ecc.), non è in grado di generare i flussi sui quali sono dimensionate le strutture delle stazioni invernali (impiantistiche, ricettive, dei servizi).*

*Appare quindi necessario rafforzare l'impegno sul fronte degli impianti e dell'innevamento.*

*In campo impiantistico, lo sviluppo può essere solo qualitativo. All'interno delle zone sciistiche, gli investimenti riguarderanno nuovi impianti che andranno a sostituire o ammodernare quelli già esistenti.*

---

\* A cura di ANEF - Associazione Nazionale Esercenti Funiviari.

*Sul fronte degli innevamenti l'aumento delle temperature concederà meno tempo utile per produrre neve. Non c'è bisogno di produrre più neve che nel passato, ma di produrla in minor tempo, con la necessità di disporre di elevate portate istantanee di acqua.*

*A tal fine sarebbe necessario un nuovo criterio nel rilascio delle concessioni di acqua per innevamento: l'acqua deve essere concessa nella quantità e nei tempi necessari per l'innevamento, nel rispetto comunque delle necessità per altri utilizzi. Vanno garantite le risorse idriche per i consumi civili, come per gli altri consumi, ma l'innevamento dovrebbe essere considerato fra gli utilizzi primari.*

*La diminuzione delle precipitazioni anche piovose sta riducendo, inoltre, la portata delle sorgenti e dei rii di montagna. Per razionalizzare l'uso dell'acqua e per riuscire ad avere forti disponibilità istantanee, senza arrecare squilibri ai bacini idrici, la soluzione migliore sarebbe la realizzazione di bacini di stoccaggio e piccoli laghi artificiali, ecocompatibili.*

*I vantaggi dei bacini di accumulo sono numerosi: permettono un uso dell'acqua molto più equilibrato; si riempiono d'estate in modo quasi inavvertibile per l'equilibrio idrico del bacino; permettono forti prelievi istantanei senza ripercussioni su sorgenti o rii; forniscono un utilissimo polmone, utilizzabile sin dall'inizio della campagna di innevamento; si riempiono nei periodi di fermo degli impianti; consentono l'utilizzo di tutto il tempo utile per la produzione; sono considerati la soluzione ecologicamente più adatta per il miglior prelievo di acqua per l'innevamento; sono depositi di acqua in quota che possono essere sempre utili per necessità varie, anche di protezione civile (es. antincendio), oltre che a contribuire a disciplinare i deflussi.*

*I bacini artificiali possono essere costruiti solo in posizioni adatte e con idonee metodologie ma, nel rispetto delle esigenze tecniche, ne andrebbe favorita la realizzazione.*

*Naturalmente, per produrre più neve in breve tempo servono impianti più potenti. Nella stagione 2006/2007, infatti, le zone che disponevano di impianti di innevamento recenti, già dimensionati per utilizzare al massimo i brevi periodi di freddo intenso, hanno tamponato la situazione, limitando i danni. I siti olimpici ne sono un esempio.*

*Dove gli impianti erano stati costruiti negli anni passati, era stato preventivato un tempo di innevamento più lungo che quest'anno non c'è stato. Ne è conseguito il ritardo nella preparazione delle piste che ha comportato la mancata apertura nel periodo prenatalizio.*

## 20. Il ruolo delle *Information and Communication Technologies* (ICT) nei processi decisionali di operatori e turisti all'interno del contesto alpino\*

Il ruolo che le *Information and Communication Technologies* (ICT) possono assolvere in un contesto come quello alpino, in cui la domanda è prevalentemente non intermediata e l'offerta si compone di numerose piccole e medie imprese (PMI), è particolarmente rilevante. Molte infatti sono le potenzialità che le nuove tecnologie possono offrire, sia ai turisti, per facilitare la ricerca di informazioni e la prenotazione della vacanza, sia agli operatori, per rendere più agevoli i processi di coordinamento per la definizione, promozione e commercializzazione del prodotto turistico.

L'impatto delle ICT sul comportamento di scelta della destinazione da parte dei turisti e sul comportamento strategico e organizzativo delle imprese alberghiere nell'arco alpino è stato analizzato in alcune indagini<sup>1</sup> relative alle caratteristiche strutturali della domanda e dell'offerta nell'arco alpino. I risultati mostrano come:

- all'interno della domanda, *Internet*, pur rimanendo residuale, sta assumendo un ruolo sempre più importante quale veicolo di conoscenza e di contatto con la destinazione;
- le ICT costituiscono per le PMI uno strumento per svolgere attività tradizionali in modo nuovo, ottenendo vantaggi in termini di efficienza ed efficacia, ma non sono ancora utilizzate come uno strumento per ridisegnare né la struttura organizzativa e gestionale interna, né la rete delle relazioni con i partner locali e nell'ambito della catena del valore.

---

\* A cura di Mariangela Franch (Università di Trento).

<sup>1</sup> Le indagini, effettuate dal gruppo di ricerca eTourism della Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Trento, coordinato dalla prof.ssa Mariangela Franch, cui ci si riferisce in questa sede sono: *Modelli decisionali e profili comportamentali dei turisti nelle Dolomiti* (biennio 2000-2002), *Analisi dell'organizzazione dell'offerta turistica e ruolo delle ICT nello sviluppo delle relazioni tra attori e con il mercato nelle destinazioni alpine italo-francesi* (2002-2004), Progetto PRIN *Il Management dei sistemi turistici locali: strategie e strumenti per la creazione, lo sviluppo e la governance* (2004-2006), *Verso un turismo sostenibile per il territorio della Marmolada* (2005-2006) e *Analisi degli scenari evolutivi dell'offerta turistica delle piccole imprese alberghiere nelle Alpi: relazioni sistemiche territoriali, utilizzo delle ICT e politiche per la sostenibilità* (2005-2006).

### *L'impatto delle ICT sulla domanda*

La conoscenza da parte dei turisti delle destinazioni alpine è scaturita nella maggioranza dei casi da esperienze precedenti e dal passaparola. Le prime intervengono di più nel periodo estivo, mentre il passaparola riveste una maggiore importanza in inverno. Questa caratteristica è abbastanza costante nel tempo (Fig. 1).

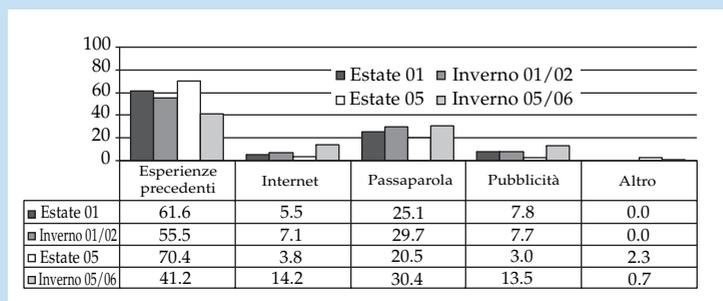
Nel corso degli anni è aumentato, invece, il ruolo di *Internet* come strumento per assumere informazioni. Pur rimanendo ancora residuale come strumento di conoscenza delle destinazioni alpine, esso ha accresciuto la sua importanza soprattutto per quel che riguarda la stagione invernale (passando rispettivamente dal 7 percento dell'inverno 2001/2002 al 14 percento dell'inverno 2005/2006).

Anche per quanto riguarda la prenotazione della struttura presso la quale alloggiare, l'influenza delle nuove tecnologie è diventata rilevante. La modalità *Internet* ha accresciuto la sua importanza nel corso del tempo, sia nella stagione estiva – passando dal 9 al 18 percento – che in quella invernale, dove è stato utilizzato da circa un quarto degli ospiti nel 2005/2006 (Tab. 1).

### *L'utilizzo di internet da parte delle PMI alberghiere nelle Alpi*

L'utilizzo delle ICT da parte delle piccole e medie imprese del territorio alpino ha raggiunto una buona diffusione per quel che riguarda le attività di marketing, quali il *booking* e lo scambio di comunicazioni con il cliente. Non altrettanto si può dire in riferimento al possibile ruolo

**Fig. 1 - Modalità di conoscenza della destinazione**  
(in percentuale del totale)



Fonte: eTourism.

lo delle ICT come *driver* per l'azione di *destination management* all'interno di una località turistica (facilitando lo scambio di informazioni e i processi di interazione fra gli attori locali) e come *driver* per il cambiamento organizzativo delle imprese (attraverso l'azione sui processi gestionali, logistici e decisionali).

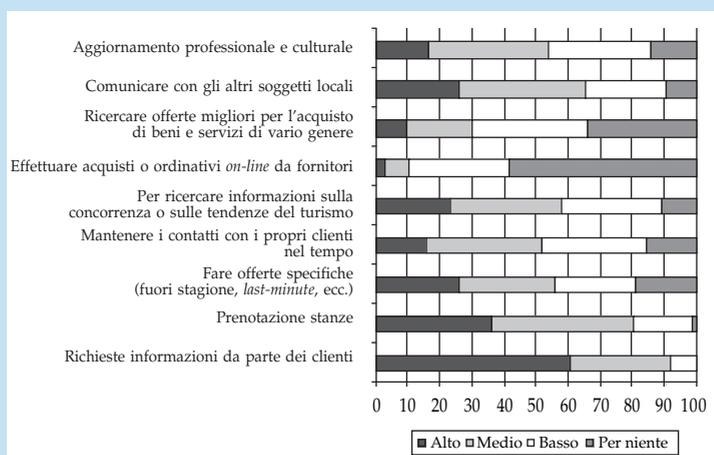
Gli strumenti informatici infatti sono prevalentemente utilizzati dagli albergatori per relazionarsi con la clientela (Fig. 2). Il 60 per cento degli operatori dichiara di fare un utilizzo alto di *Internet* e della posta elettronica per rispondere alle richieste di informazioni da parte dei clienti e circa il 30 per cento dichiara un utilizzo medio. La seconda attività nella quale il web appare riscontrare i maggiori favori è il *booking on-line*. Circa l'80 per cento dichiara di fare un utilizzo alto (36 per cento) e medio (44 per cento) di *Internet* e della posta elettronica per la prenotazione delle stanze. Rilevante è anche il numero di albergatori che sfrutta le potenzialità offerte dalla rete per fare offerte specifiche

**Tab. 1 - Modalità di prenotazione dell'alloggio**  
(composizioni percentuali)

	Estate 01	Inverno 01/02	Estate 05	Inverno 05/06
Diretta	45,6	38,7	41,2	45,4
Internet	8,8	17,3	18,1	24,0
No prenotazione	26,1	15,2	23,7	4,1
Intermediato	14,7	20,6	15,4	17,6
Altro	4,9	8,2	1,5	8,9

Fonte: eTourism.

**Fig. 2 - L'utilizzo di Internet da parte degli albergatori nelle attività di gestione, 2003**  
(composizioni percentuali)



Fonte: eTourism.

(fuori stagione, *last minute*, festività infrasettimanali) e per mantenere i contatti con i propri clienti.

Meno utilizzate e sfruttate invece sono le potenzialità della rete per l'attività gestionale (aggiornamento professionale e culturale, ricerca di offerte per l'acquisto di beni e servizi, ricerca di informazioni sulla concorrenza e sulle tendenze del turismo) e per interessare relazioni con altri soggetti locali, quali ad esempio Organizzazioni turistiche, Comuni, Consorzi, Associazioni.

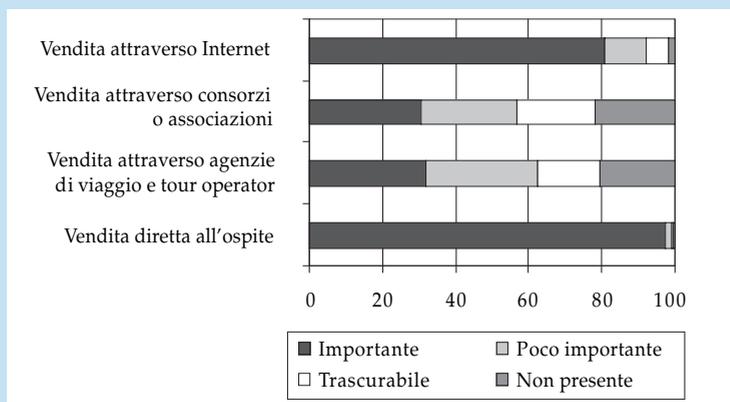
A conferma dell'importanza attribuita dagli albergatori al canale *on-line* come strumento di relazione con i clienti e in particolare come strumento per l'attività di commercializzazione, l'80 per cento degli albergatori attribuisce alla vendita attraverso *Internet* un'importanza elevata (Fig. 3). Pur essendo ancora la vendita diretta all'ospite la più importante modalità di commercializzazione per gli albergatori del territorio alpino, *Internet* viene vissuto come un efficace ed efficiente strumento per la vendita, con ottimistiche prospettive di crescita del fatturato.

La consapevolezza dell'importanza di *Internet* emerge anche dal fatto che la totalità degli operatori che hanno un collegamento *on-line* regolarmente attivo in determinati momenti del giorno (59 per cento) o attivo costantemente (41 per cento; Tab. 2). Ciò si riflette anche nei tempi di risposta ai messaggi di posta elettronica inviati dai clienti: più della metà risponde alle e-mail in giornata, circa il 19 per cento entro pochi minuti, il 16 per cento entro qualche ora e solo una parte minoritaria in settimana (Tab. 3).

Elaborando i dati fin qui riportati attraverso l'Analisi delle Corrispondenze Multiple (ACM), emerge come gli operatori che utilizzano frequentemente *Internet* per il

**Fig. 3 - Importanza attribuita dagli alberghi alle diverse modalità di vendita, 2003**

(composizioni percentuali)



Fonte: eTourism.

*booking on-line* e per rispondere alla clientela sfruttano le potenzialità offerte dalla rete anche per l'attività gestionale e per interessare relazioni con altri soggetti locali (Fig. 4). Questa categoria di albergatori ha il collegamento alla posta elettronica sempre attivo e tende a rispondere alle mail entro pochi minuti o entro qualche ora.

Analogamente coloro che fanno un utilizzo medio degli strumenti informatici per le attività d'impresa hanno il collegamento alla posta elettronica attivo regolarmente in determinati momenti del giorno e tendono a rispondere in giornata alle *mail* ricevute. A questi due gruppi di albergatori si contrappongono coloro che, avvalendosi raramente degli strumenti offerti dalla rete, si collegano saltuariamente alla posta elettronica e rispondono alle *mail* in settimana. Coloro che rivolgono minore interesse alle opportunità di intraprendere un'attività *on-line* pertanto scontano, sia a livello operativo sia a livello relazionale, una minore propensione alla definizione di strategie di *Internet* marketing.

Le indicazioni che emergono dalle ricerche evidenziano e convalidano l'impressione, ricavabile dall'osservazione del grafico, di un utilizzo leggermente maggiore di *Internet* e della posta elettronica all'interno delle strutture più grandi e non indipendenti. Nonostante infatti anche le imprese alberghiere di dimensioni minori manifestino interesse per le opportunità offerte dalla rete per la gestione delle attività con il cliente, tale tendenza non è ancora diffusa. L'analisi dei dati evidenzia una relazione positiva tra gli aspetti dimensionali e l'utilizzo delle nuove tecnologie, eccezion fatta per il *booking on-line* che appare invece particolarmente ricercato dalle strutture di dimensioni minori (Tab. 4).

La ridotta dimensione delle strutture e la loro gestione familiare si riflettono anche sulle mo-

**Tab. 2 - Frequenza del collegamento a Internet, 2005**

(compensazione percentuale)

Sempre	41,2
Avviene regolarmente in determinati momenti del giorno	58,8

Fonte: eTourism.

**Tab. 3 - Tempi di risposta alle e-mail, 2005**

(compensazione percentuale)

In giornata	55,9
Entro pochi minuti	19,1
Entro qualche ora	16,2
In settimana	8,8

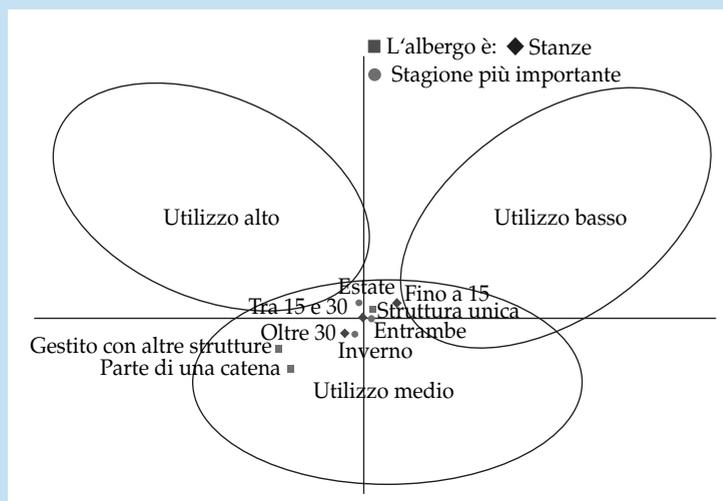
Fonte: eTourism.

dalità di creazione e gestione del proprio sito web. La creazione del sito è stata quasi per il 90 per cento dei casi un'iniziativa personale dell'albergatore, a volte anche su imitazione di altri operatori locali (Fig. 5). Raramente, invece, il sito è stato attivato perché proposto da consulenti esterni o, in alcuni casi, da banche locali che avevano attivato progetti specifici per facilitare la diffusione delle ICT presso le imprese del luogo. Nella quasi totalità dei casi inoltre l'attività in *Internet* è gestita direttamente dal titolare; meno del 7 per cento degli alberghi dispone di un collaboratore specifico che se ne occupa (Fig. 6).

In conclusione, dal punto di vista delle piccole e medie imprese caratterizzanti il contesto alpino, è possibile affermare che, nonostante la rilevanza che le ICT hanno acquisito all'interno delle attività di *marketing* nel corso degli anni, esse hanno avuto un tipico "effetto velo": hanno coinvolto le attività tradizionali senza tuttavia avere la capacità di incidere sulla organizzazione dei processi gestionali delle PMI. Il loro utilizzo mostra dunque aspetti che possono essere considerati punti di forza e aspetti che, al contrario, denotano una qualche debolezza nell'implementazione delle ICT da parte delle PMI alberghiere alpine (Tab. 5).

Il web non è quindi stato finora un *enabler* di processi di riorganizzazione strutturale, manageriale o commerciale per le PMI turistiche dell'arco alpino, bensì si è configurato come uno strumento di marketing operativo, avente soprattutto un carattere promozionale.

**Fig. 4 - ACM per i caratteri relativi all'utilizzo di *Internet* e della posta elettronica, 2003**



Nella figura sono plottati solo i punti relativi ad alcuni caratteri, 2003.  
Fonte: eTourism.

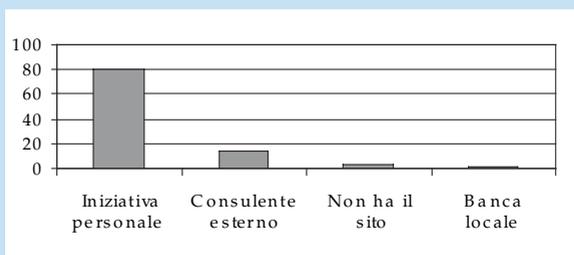
Se utilizzata sfruttando appieno le potenzialità che offre, la rete consentirebbe invece l'apertura a numerose iniziative in grado di generare un consistente valore aggiunto per le destinazioni turistiche e non solo per le singole strutture ricettive. *Internet* potrebbe essere infatti sia uno strumento adatto alla realizzazione di un sistema locale di offerta turistica, attraverso l'adesione a progetti collettivi di *destination marketing*, sia uno strumento di personalizzazione dell'offerta, sia un facilitatore dei rapporti tra i diversi soggetti. Potrebbe dunque configurarsi come un *driver* di aumento della competitività delle destinazioni, se riuscirà a diffondersi nella cultura aziendale delle PMI una visione strategica più ampia e aperta alla collaborazione. Altrimenti *Internet* rimarrà un'occasione perduta per ridefinire il proprio modello di *business*.

**Tab. 4 - Rapporto tra l'utilizzo di *Internet* per la prenotazione delle stanze e la capacità ricettiva degli alberghi, 2003**  
(composizioni percentuali)

Utilizzo di <i>Internet</i> e della posta elettronica per la prenotazione delle stanze	Dimensione della struttura			Totale
	Fino a 15 stanze	Tra 15 e 30 stanze	Oltre 30 stanze	
Per niente	5	0	2	2
Basso	11	19	22	18
Medio	40	45	45	44
Alto	44	36	32	36
Totale	100	100	100	100

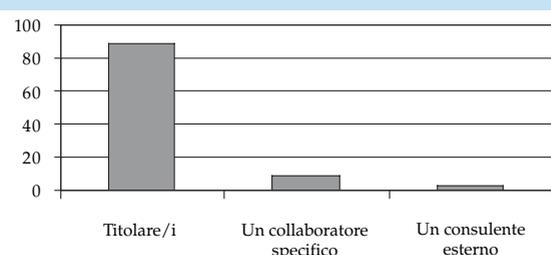
Fonte: eTourism.

**Fig. 5 - Idea di creazione del sito, 2005**



Fonte: eTourism.

**Fig. 6 - Gestione del sito web, 2005**



Fonte: eTourism.

**Tab. 5 - L'utilizzo delle ICT da parte delle imprese alberghiere alpine: punti di forza e debolezza**

<b>Forza</b>	<b>Debolezza</b>
Buona diffusione dei siti web e dell'utilizzo della e-mail negli alberghi per le attività <i>basic</i> di relazione con i clienti (scambio di informazioni, richiesta di offerte e di prenotazioni).	Considerazione delle potenzialità delle ICT solo in chiave di contatto col cliente (web ed e-mail come telefono). Ridotto impatto organizzativo delle ICT (non si sono rilevati processi di <i>business process re-design</i> ).
Attribuzione di un ruolo rilevante alle ICT da parte dei titolari degli alberghi per l'azione di <i>marketing</i> .	Ridotta disponibilità alla collaborazione con altri operatori del settore o della località turistica o alla ridefinizione dei canali commerciali.
Collegamento costante alla rete, disponibilità ad investire nello sviluppo del sito Web, capacità di rispondere velocemente alle richieste dei clienti attraverso l'e-mail.	Quasi totale inutilizzo delle ICT all'interno della <i>value chain</i> (rapporti di fornitura), anche limitatamente alla raccolta di informazioni o proposte di offerta.

Fonte: eTourism.



*C. Governance*  
**e infrastrutture**



## 21. L'evoluzione normativa del turismo alla luce del processo federalista del nostro ordinamento

La riforma costituzionale del Titolo V (legge costituzionale n. 3/2001) ha reso il turismo una materia di competenza "esclusiva" per le Regioni ordinarie, alla stregua di quanto previsto per le Regioni speciali che già prima del 2001 erano dotate di tale competenza (vedi Riquadro). Il turismo rientra dunque tra le materie "residuali" (art.117, comma 4), in riferimento alle quali le Regioni non sono più soggette ai limiti dei principi fondamentali stabiliti dalle leggi statali<sup>1</sup>.

Questo nuovo riparto si poneva in contrasto con quanto previsto dalla legge di riforma della legislazione nazionale del turismo (l. n. 135/2001) entrata in vigore solo pochi mesi prima della legge di riforma costituzionale. La legge n.135, fondandosi sul principio di "leale collaborazione" tra Stato e Regioni<sup>2</sup>, delegava a un D.P.C.M. adottato d'intesa con la Conferenza Stato-Regioni la determinazione di principi e obiettivi per la valorizzazione e lo sviluppo del sistema turistico (art. 2, comma 4).

L'approvazione del D.P.C.M diveniva dunque fortemente discutibile, in virtù sia del nuovo riparto di competenze legislative, sia della disposizione contenuta nell'art. 117, comma 6 in base alla quale non è consentito allo Stato di emanare fonti di tipo regolamentare (come è il D.P.C.M.<sup>3</sup>) nelle materie residuali (e concorrenti) di competenza regionale. Tuttavia, essendo la legge n. 135 entrata in vigore prima della riforma costituzionale, il D.P.C.M. è stato ugualmente emanato il 13 settembre del 2002. Esso si è limitato a recepire, senza apportare alcuna modifica, l'accordo Stato-Regioni e Province autonome raggiunto nel febbraio dello stesso anno.

---

<sup>1</sup> Di fatto, i legislatori regionali incontrano molti limiti soprattutto in virtù del fatto che la materia turismo (come molte altre di competenza residuale) è composta da diversi ambiti disciplinari (la promozione e l'accoglienza turistica, le attività ricettive, le professioni turistiche, ecc.). Di conseguenza, la competenza regionale andrebbe valutata di volta in volta: per esempio, il contratto d'albergo e il contratto di viaggio rientrano nella disciplina privatistica di competenza esclusiva statale, mentre le professioni turistiche rientrano tra le materie di competenza concorrente. Si veda Malo M. (2007), "Il sistema delle fonti", in *Manuale di diritto del turismo*, Giappichelli editore, Torino.

<sup>2</sup> La legge ricalca l'impostazione del D. Lgs. n. 112/1998 (art.44). Cfr. Riquadro.

<sup>3</sup> Si tratta di un regolamento di "delegificazione", ovvero legittimato dalla legge a disciplinare ambiti di sua competenza (relativa).

Il D.P.C.M. contiene le linee guida del comparto, nonché i criteri classificatori generali cui Regioni e Province autonome devono riferirsi nell'individuazione delle tipologie di imprese turistiche e delle attività non convenzionali operanti nel proprio territorio (in Appendice 1). Tuttavia, il D.P.C.M. rinvia ad atti d'intesa "tra" le Regioni e le Province autonome la specificazione di obiettivi e principi dei diversi ambiti di cui si compone la materia (relativi, per esempio, alle tipologie e agli standard minimi delle attività ricettive; agli standard minimi per l'attività di accoglienza, ai requisiti per l'esercizio delle professioni turistiche), al fine di renderli condivisi e uniformi<sup>4</sup>.

In questo quadro, è divenuta cruciale la ricerca di sedi istituzionali specifiche - andando al di là del ruolo riconosciuto alla Conferenza Stato-Regioni - in grado di garantire un adeguato confronto tra istanze regionali e statali e di raccordare le diverse esigenze in materia, coinvolgendo anche le rappresentanze del settore. Nel 2005, il "decreto competitività"<sup>5</sup> ha previsto l'istituzione di un Comitato nazionale per il turismo (art. 12, comma 1) al fine di coordinare le politiche del settore a livello nazionale e promuovere adeguatamente il nostro turismo all'estero. La travagliata nascita e composizione del Comitato<sup>6</sup> e la recente dichiarazione di illegittimità costituzionale da parte della Consulta (sentenza n. 214 del 2006) sono il segno emblematico della difficoltà di raccordo tra i diversi livelli di governo e di confusione di ruoli in una funzione strategica, quale è il coordinamento in ambito turistico.

In sostituzione del Comitato nazionale si è proceduto all'istituzione nel 2006<sup>7</sup> di un'ulteriore sede di raccordo, il Comitato delle politiche turistiche. Esso ha il compito di individuare le aree di intervento per le quali elaborare le relative linee guida, strategie e politiche condivise a livello

---

<sup>4</sup> La Corte costituzionale ha ribadito (sentenza n. 197 del 2003) la competenza esclusiva delle Regioni in materia di turismo, la non adeguatezza di una fonte regolamentare governativa come il D.P.C.M. per l'introduzione di norme di principio seppure adottate d'intesa con le Regioni. La sentenza assume una posizione diametralmente opposta rispetto a un parere espresso sempre nel 2003 dal Consiglio di Stato (n. 3165).

<sup>5</sup> D.L. n. 35/2005 convertito in legge n. 80 del 2005. Si veda anche Meloni G. (2007), "Le istituzioni di governo nel settore turistico", in *Manuale di diritto del turismo*, Giappichelli editore, Torino.

<sup>6</sup> Si sono susseguiti diversi D.P.C.M. per garantirne una composizione equilibrata tra rappresentanze di governo, regionali, locali e di categoria. Successivamente, la Corte ha bocciato la composizione ultima deliberata unilateralmente da parte del Governo senza aver raggiunto alcuna intesa con le Regioni stesse.

<sup>7</sup> Il Comitato è stato istituito sempre con D.P.C.M. (28 luglio 2006) ma a differenza del precedente, è stato adottato d'intesa con le Regioni. Va inoltre ricordato che sempre nel 2006 il D.L. n.181 convertito in legge (n. 233) ha attribuito al Presidente del Consiglio dei Ministri le funzioni di competenza statale in materia di turismo e che per l'esercizio di tali funzioni, ha istituito presso la Presidenza il Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo.

nazionale e locale. Anche in questo caso è stato comunque il Governo, non le Regioni (come invece dovrebbe essere secondo gli ultimi orientamenti giurisprudenziali della Consulta), a farsi promotore di una generale attività di coordinamento.

La mancanza di un chiaro e definitivo riparto di competenze tra Stato e Regioni non solo crea incertezza a livello legislativo, ma contribuisce anche a rendere più difficoltoso il riparto di responsabilità in materia finanziaria. Il turismo rappresenta infatti uno dei casi più emblematici dell'asimmetria esistente tra trasferimento di competenze e funzioni dallo Stato alle Regioni e agli enti locali e mancanza di autonomia finanziaria da parte degli enti territoriali.

Sembra ancora prevalere una forma di trasferimento di risorse finanziarie dal livello centrale a quello locale, dallo Stato alle Regioni<sup>8</sup>. L'ultima misura prevista in tal senso è contenuta nella Legge Finanziaria del 2007 (n. 296/2006) che prevede l'assegnazione di 10 milioni annui (per il triennio 2007-2009) a sostegno di programmi di intervento presentati dalle Regioni al Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo (art. 1227)<sup>9</sup>.

A oggi rimane dunque aperto il problema del ruolo dello Stato, nonchè del tipo di rapporti tra vari livelli di governo, nel quadro normativo del turismo così come nelle forme di finanziamento delle spese, e in molti altri ambiti complementari al turismo come le infrastrutture e i trasporti.

---

<sup>8</sup> La legge n. 135/2001 prevedeva forme di finanziamento dirette per gli operatori del settore. Segnatamente, il Fondo di rotazione per il prestito e il risparmio turistico (art. 10), il Fondo di cofinanziamento dell'offerta turistica (art. 5 e 6) e il Fondo unico per gli incentivi alle imprese (già istituiti dalla legge n. 448/1998 a vantaggio dei sistemi produttivi locali del settore industriale; art. 5).

<sup>9</sup> Il relativo regolamento attuativo con il quale lo Stato stabilisce puntualmente i criteri di riparto tra le Regioni è stato approvato dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri nel febbraio 2007.

**L'assetto normativo del turismo prima del 2001**

*Prima della riforma del Titolo V della Costituzione, l'art. 117 collocava il "turismo e l'industria alberghiera" fra le materie di legislazione concorrente, statale e regionale, per le quali spettava allo Stato determinare i principi fondamentali della materia.*

*La legge "quadro" o "cornice" che definiva le competenze regionali in materia di turismo all'interno di un quadro unitario di riferimento risale al 1983 (legge n. 217). La sua disciplina è stata fatta valere (in seguito alla sentenza della Corte Costituzionale n. 195/1986) sia per le Regioni ordinarie, sia per quelle speciali, nonostante queste ultime includessero il turismo tra le materie di competenza "esclusiva" o "piena" nelle proprie norme statutarie (equiparate alle norme costituzionali).*

*Nella seconda metà degli anni Novanta, la riforma Bassanini (iniziata con la legge n. 59/1997) ha accelerato il processo di devoluzione delle funzioni amministrative dallo Stato alle Regioni e da queste agli enti locali in virtù del principio di "sussidiarietà", di preferenza di attribuzione delle competenze agli enti più prossimi alla comunità locale. In materia di turismo, il D.lgs. n. 112/1998 da un lato ha previsto che i principi e gli obiettivi per la valorizzazione e lo sviluppo del sistema turistico fossero stabiliti dallo Stato d'intesa con le Regioni (art. 44), dall'altro che le Regioni potessero conferire funzioni amministrative in materia di turismo agli enti locali qualora non richiedessero "l'unitario esercizio a livello regionale" (art. 3). Tale impostazione è stata poi ripresa per tutte le materie di competenza regionale dal novellato art. 118 della Costituzione.*

## 22. Le infrastrutture e l'intermodalità per lo sviluppo turistico

Il turismo è innanzitutto fruizione di territorio: l'accessibilità di un'area, determinata dalla componente infrastrutturale e dal sistema dei trasporti, contribuisce sensibilmente alla qualificazione dell'offerta turistica, orientandone i flussi.

Le infrastrutture sono necessarie, non solo come strumento senza il quale nessun turismo è ipotizzabile, ma anche perché fanno parte degli interventi messi in atto per assicurare la fruibilità turistica nel tempo e, sotto alcuni profili, anche la continua riproducibilità dei servizi offerti dal turismo.

L'infrastrutturazione e la logistica per il turismo vanno viste in una duplice prospettiva, anche se strettamente integrata: come potenziale mobilità sulle medio-grandi distanze, cioè prevalentemente in termini di accessibilità dei flussi esteri al nostro territorio, e come mobilità interna, dunque soprattutto in termini di reti che, dalle varie scale territoriali nazionali fino a quella urbana, consentono lo svolgersi di una mobilità turistica in modo equilibrato, sfruttando tutte le varie modalità di trasporto utilizzabili.

Sul piano dello sviluppo turistico, entrambe le prospettive, pur presentando delle specificità proprie, vanno integrate fra loro per ricostruire un sistema logistico unitario ed efficiente, alla cui base l'articolazione in nodi e reti infrastrutturali offra livelli di servizi di accessibilità e mobilità coerenti con la domanda turistica.

Per il nostro Paese, in particolare (come per tutti gli altri paesi fortemente interessati dal turismo culturale, soprattutto delle grandi città), la domanda di mobilità turistica coincide per larga parte con la domanda di mobilità urbana. Ciò richiede interventi da parte delle autorità nazionali e locali per promuovere un trasporto pubblico veloce, efficiente, conveniente e sicuro, con regolamentazioni che redistribuiscano, nel tempo e nello spazio, l'impatto della mobilità turistica, residenziale e lavorativa, anche con misure di regolazione (come gli orari di lavoro e di altre funzioni pubbliche e private). Allo stesso modo, l'accessibilità dall'estero e la mobilità interna delle merci si sovrappongono.

Sui vari profili della dotazione infrastrutturale fortemente interessati dalla mobilità turistica (reti, nodi e mobilità urbana), l'Italia mostra, rispetto agli altri paesi europei, sensibili ritardi, profon-

di divari interni e anche una scarsissima capacità di adeguamento alla domanda di mobilità, che nel lungo periodo è cresciuta sensibilmente oltre ad essere cambiata sotto il profilo qualitativo (in funzione dell'evoluzione dei flussi turistici).

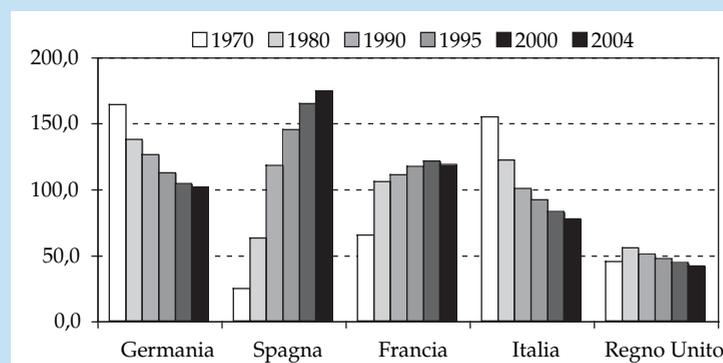
La dotazione della rete autostradale nazionale nel periodo 1970-2004 è aumentata del 65 per cento, ma i nostri principali *partner* dell'UE sono riusciti meglio di noi ad adeguarla alla domanda: la Germania unita ha raddoppiato la propria rete, la Francia l'ha aumentata di 5,5 volte e la Spagna di 25 volte. Nello stesso periodo la domanda di mobilità stradale è infatti cresciuta a ritmi vorticosi ed è diventata sempre più esposta alla congestione e al blocco, a fronte di una crescita del traffico passeggeri che in Europa è stata del 30 per cento e in Italia del 100 per cento.

Nel 2004 la dotazione del nostro Paese in rapporto alla popolazione è superiore a paesi come il Regno Unito, ma è inferiore a tutti gli altri grandi paesi dell'UE-15 (Fig. 1). I motivi stanno nella limitata capacità di adeguamento dell'offerta. La crescita media annua della rete autostradale è infatti stata del 3,3 per cento per l'UE-15 e del 2,1 per cento per l'UE-25, mentre per l'Italia è stata solo dell'1,3 per cento. Molto meglio hanno fatto paesi come la Francia (+5 per cento), la Spagna (9,2 per cento) e la Germania (1,9 per cento) che, pur con ritmi più contenuti di crescita, sono riusciti a mantenere una dotazione superiore ai valori medi europei.

L'infrastrutturazione ferroviaria dell'Italia, pur a fronte di una marginale riduzione della rete (orientamento seguito da tutti gli altri paesi europei), non è riuscita a migliorare la capacità di attrazione dei traffici. Il trasporto passeggeri utilizza la ferrovia solo per il 5 per cento (in Germania e in Francia per l'8 per cento), mentre ben il 91 per cento utilizza la strada.

Nel lungo periodo (1970-2004) la dotazione ferroviaria italiana è ri-

**Fig. 1 - Dotazione di rete autostradale rispetto alla popolazione**  
(indici: UE-15=100)



Fonte: elaborazioni Confindustria - Politiche industriali e territoriali su dati Eurostat.

masta ben distante dai valori medi comunitari (Fig. 2) e nel 2004 presenta indici di dotazione (71,5) nettamente più bassi di paesi come Francia (123,6) e Germania (107,4).

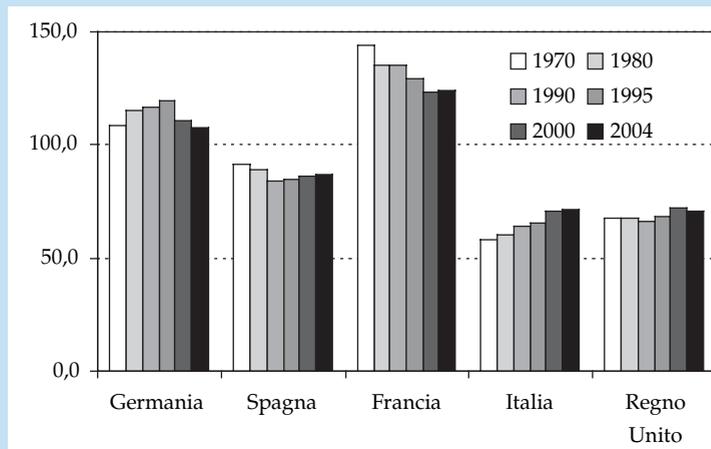
Soprattutto va segnalato che in Italia sono stati registrati miglioramenti tecnologici (elettrificazione, doppi binari e, soprattutto, alta velocità) inferiori rispetto alla gran parte degli altri paesi europei. È evidente che lo scadimento dei servizi ha sensibilmente inciso sulla capacità d'offerta; in particolare, lo stato dei servizi passeggeri - specie quelli a corto e a medio raggio che più di altri potrebbero contribuire a ridurre la congestione stradale - resta mediamente insoddisfacente.

I miglioramenti tecnologici e di servizio sono individuabili soprattutto nella realizzazione e nell'entrata in funzione delle reti ad Alta Velocità (AV), nelle quali, all'inizio degli anni Ottanta, l'Italia (oltre alla Francia) era il solo paese europeo ad esserne dotato (Fig. 3).

A metà degli anni Novanta i paesi dotati di rete AV erano diventati quattro (con l'aggiunta della Germania e della Spagna) e dieci anni dopo (nel 2006) sono diventati sei (con Belgio e Regno Unito). A questa data, il nostro Paese presenta però una dotazione pari a un terzo di quella di Francia e Spagna e a poco più della metà di quella della Germania.

Per il 2010, data in cui dovrebbero concludersi quasi tutti i progetti di rete AV attualmente in costruzione, rispetto alla media dei sette paesi che ne saranno dotati (si aggiungeranno i Paesi Bassi), quello maggiormente dotato risulterà la Spagna, con una rete superiore al doppio del valore medio europeo, seguita dalla Francia. L'Italia potrebbe comunque raggiungere livelli apprez-

**Fig. 2 - Dotazione di rete ferroviaria rispetto alla popolazione**  
(indici: UE-15=100)



Fonte: elaborazioni Confindustria - Politiche industriali e territoriali su dati Eurostat.

zabili di dotazione, se saprà portare a termine i progetti previsti.

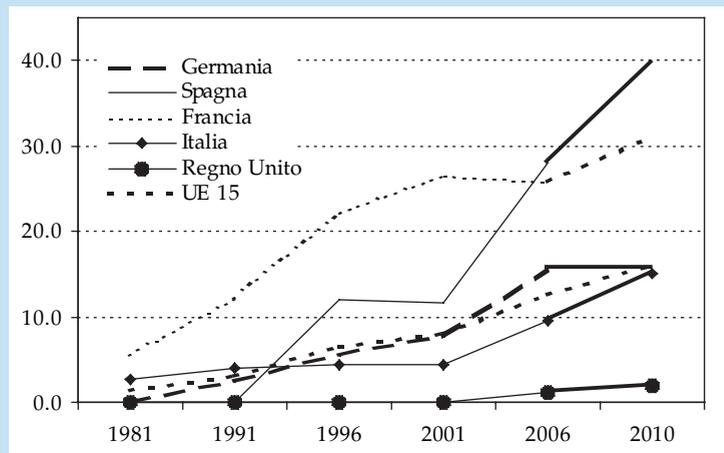
La rete AV italiana, che dovrebbe entrare in funzione nel 2010, non considera le tratte che sono state di recente oggetto di revoca delle concessioni (Verona-Padova e Milano-Genova). La quota di rete localizzata nel Mezzogiorno è appena del 7,8 per cento e corrisponde al tratto campano della Roma-Napoli entrato in funzione nel 2005. Al contrario di altri paesi, come la Spagna, che puntano moltissimo sull'AV per collegare i grandi centri urbani e offrire nuovi servizi alla mobilità turistica, l'Italia avrà una rete che, nella migliore delle ipotesi, non coinvolgerà se non marginalmente una parte importante del territorio, a fortissima vocazione turistica, come il Mezzogiorno.

Per la fruizione e lo sviluppo turistico del nostro Paese è decisiva anche l'infrastrutturazione urbana, cioè di quei servizi alla mobilità fondamentali per la visita di città ricche di storia e di patrimonio culturale.

In tutti i grandi centri urbani dei paesi industrializzati sono state operate scelte di prevalente infrastrutturazione su rotaia (treno, tram e metro) per ragioni ambientali e di comfort e rapidità. Ciò anche al fine di decongestionare la superficie e la fruibilità dell'ambiente urbano, ancor più se di pregio storico e monumentale.

In ambito urbano, la rete infrastrutturale di più agevole utilizzo sembra essere quella ferroviaria, soprattutto perché derivante dalla trasformazione delle reti di attraversamento; non mancano poi linee specificamente dedicate al servizio urbano e tecnologicamente diverse dalle reti or-

**Fig. 3 - Dotazione di rete ferroviaria ad Alta Velocità**  
(Km di rete per milioni di abitanti)



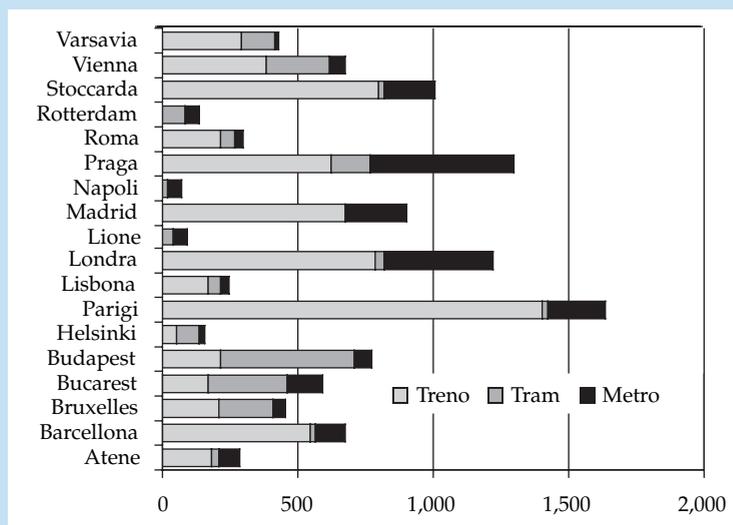
Fonte: elaborazioni Confindustria - Politiche industriali e territoriali su dati Eurostat.

dinarie (per scartamento dei binari, alimentazione, ecc.). In quasi tutte le grandi città europee la rete ferroviaria urbana è infatti prevalente per diffusione (Fig. 4): spiccano in particolare capitali come Madrid (674 km), Praga (622 km) e il centro di Londra (788 km). Per quanto riguarda le città italiane prese in considerazione, Roma dispone di una rete piuttosto limitata (212 km), mentre Napoli ne è completamente priva.

Passando ai tram, infrastrutture su rotaia più tipicamente urbane, le città europee più dotate di reti sono Bruxelles (204 km), Bucarest (292 km), Budapest (494 km) e Vienna. Piuttosto modesta è invece la dotazione sia di Roma (52 km) sia di Napoli (21 km).

Infrastrutture tecnologicamente più evolute di mobilità urbana su rotaia sono invece le linee metropolitane, che continuano ad avere un sensibile sviluppo in quasi tutte le grandi città europee. Anche in quest'ambito si segnalano dotazioni significative a Praga (534 km), Londra (408 km), Parigi (218 km) e Madrid (228 km). Molto limitata è invece la dotazione di Roma (37 km) e Napoli (53 km), inferiore anche a quella di città che solo recentemente hanno realizzato reti metropolitane, come Atene (80 km) e Barcellona (108 km).

**Fig. 4 - Dotazione assoluta di reti per il trasporto pubblico locale su rotaia nelle principali città europee**  
(Km di rete)



Fonte: elaborazioni Confindustria - Politiche industriali e territoriali su dati Urban Transport Benchmarking Initiative.

## 23. La domanda logistica delle imprese turistiche

La domanda di servizi logistici e di trasporto delle imprese turistiche è strettamente connessa all'origine e alla destinazione geografica dei flussi di presenze. Per avere una dimensione più realistica di tale domanda e delle sue principali componenti, nella seconda metà del 2005 Confindustria, in collaborazione con Federturismo e le sue Associazioni, ha svolto un'indagine diretta presso le imprese, i cui risultati – anche se riferiti ad un campione limitato, ma sufficientemente rappresentativo e indicativo<sup>1</sup> sono utili per comprendere la “visione logistica” delle imprese turistiche e come questa si integra, in parte, con quella più generale del sistema-Paese e, in parte, assume connotati del tutto peculiari.

L'indagine conferma che per le imprese turistiche la logistica, intesa come “insieme organizzato di strutture e imprese per la mobilità turistica”, risulti molto importante per la loro attività. Tutte le imprese, soprattutto quelle del Mezzogiorno (66 per cento del campione, 77 per cento tra le imprese meridionali) o abbastanza importante (28 per cento). Ciò testimonia anche la relativa marginalità geografica di cui soffre fisiologicamente il Sud del Paese rispetto alle principali direttrici di comunicazione e di traffico.

Andando a individuare quali sono le criticità incontrate dalle imprese turistiche lungo tutta la “catena logistica”, in termini di difficoltà più rilevanti e di maggiori inefficienze, le risposte si concentrano soprattutto sulle infrastrutture, con il 50 per cento del campione. Questa percentuale sale a 64 per le imprese del Sud e si riduce al 43 per cento nel Centro-Nord. Ciò conferma la più forte caratterizzazione delle problematiche logistiche sentite nel Mezzogiorno, che si concentrano fortemente sull'infrastrutturazione e la loro funzionalità.

La carenza di servizi connessi alla mobilità è anch'essa rilevante per il 30 per cento del campio-

---

<sup>1</sup> L'indagine è stata svolta nell'ambito del Progetto Logistica di Confindustria, i cui risultati sono riportati nel Dossier “Logistica per crescere”, presentato nel febbraio 2006. Il campione coinvolto presenta un movimento turistico complessivo che si concentra per poco più della metà sulle provenienze nazionali (52 per cento) e per il resto dall'estero. Le provenienze estere sono prevalentemente europee (22 per cento), seguite dal Nord America (11 per cento) e dall'Estremo Oriente (7 per cento). Questa composizione geografica dei flussi richiede un sistema logistico a supporto del turismo articolato su tutte le scale territoriali, dalle lunghissime distanze a quelle medie e più brevi, dal livello locale a quello urbano, e a tutte le modalità di trasporto (stradale, ferroviaria, aerea e marittima, con una marginale rilevanza di mobilità mono-modale).

ne, più o meno nella stessa misura sia al Sud che al Centro-Nord. Le altre carenze sono rilevate soprattutto al Centro-Nord, dove le reti di informazione e le tecnologie pesano per il 12 per cento del campione, gli adempimenti burocratici e amministrativi per il 10 per cento e le altre criticità (soprattutto la pianificazione) per il 5 per cento.

**Tab. 1 - Principali criticità logistiche rilevate dalle imprese turistiche**

*(composizione percentuale delle risposte campionarie)*

Aree territoriali	Criticità logistiche					Totale
	Infrastrutture	Servizi	Reti di informazione e tecnologie	Burocrazia	Altro	
Centro-Nord	42,9	31,0	11,9	9,5	4,8	100,0
Mezzogiorno	63,6	27,3	4,5	0,0	4,5	100,0
<b>Italia</b>	<b>50,0</b>	<b>29,7</b>	<b>9,4</b>	<b>6,3</b>	<b>4,7</b>	<b>100,0</b>

*Fonte: dati ed elaborazioni Confindustria – Politiche industriali e territoriali.*

### *Criticità logistiche a livello infrastrutturale e di servizi*

Un approfondimento specifico, quindi, sulle criticità infrastrutturali risulta necessario per comprendere quali siano le principali difficoltà incontrate dalla mobilità turistica.

**Tab. 2 - Rilevanza delle criticità infrastrutturali**

*(composizione percentuale delle risposte campionarie)*

Aree territoriali	Servizi infrastrutturali				Altre	Totale
	Mobilità nazionale e internazionale	Mobilità regionale urbana	Gestione	Interconnessione reti		
Centro-Nord	34,5	41,4	5,2	15,5	3,4	100,0
Mezzogiorno	45,5	40,9	4,5	9,1	0,0	100,0
<b>Italia</b>	<b>37,5</b>	<b>41,3</b>	<b>5,0</b>	<b>13,8</b>	<b>2,5</b>	<b>100,0</b>

*Fonte: dati ed elaborazioni Confindustria – Politiche industriali e territoriali.*

Per le imprese turistiche del campione, le carenze nella dotazione e capacità di servizio delle infrastrutture si rilevano soprattutto nella mobilità regionale e urbana (41,3 per cento), un dato che si conferma sia al Centro-Nord sia nel Mezzogiorno. Risultano rilevanti anche le carenze nella mobilità di livello internazionale e nazionale (per il 37,5 per cento del campione; Tab. 2), molto più sentite nel Mezzogiorno (45,5 per cento) che nel Centro-Nord (34,5 per cento).

La carenza di interconnessioni tra reti pesa per il 13,8 per cento delle imprese soprattutto del Centro-Nord (15,5 per cento). Meno sentite, sia a livello nazionale che territoriale, sono le carenze gestionali (5 per cento) o di altra natura (2,5 per cento).

Come rilevato a livello delle più generali criticità logistiche, le carenze più importanti, dopo le infrastrutture, riguardano i servizi alla mobilità turistica. In quest'ambito, l'indagine rivela sensibili disomogeneità tra livello nazionale e livello territoriale (Tab. 3).

**Tab. 3 - Rilevanza delle criticità di servizio logistico**

(composizione percentuale delle risposte campionarie)

Aree territoriali	Servizi logistici						Totale
	Disponibilità	Qualità	Operatori	Tecnologie	Regolazione	Altro	
Centro-Nord	31,0	34,5	12,1	10,3	10,3	1,7	100,0
Mezzogiorno	27,3	31,8	22,7	4,5	13,6	0,0	100,0
<b>Italia</b>	<b>30,0</b>	<b>33,8</b>	<b>15,0</b>	<b>8,8</b>	<b>11,3</b>	<b>1,3</b>	<b>100,0</b>

Fonte: dati ed elaborazioni Confindustria - Politiche industriali e territoriali.

Le carenze più frequentemente segnalate (dal 33,8 per cento del campione) riguardano la "qualità" dei servizi, con particolare riferimento al loro adeguamento agli standard più avanzati. Subito dopo emergono le carenze nella disponibilità dei servizi (30 per cento) e nella disponibilità/professionalità degli operatori (per il 15 per cento del campione che sale al 22,7 per cento nel Mezzogiorno).

Un'importanza minore sembrano rivestire le problematiche di tipo istituzionale (legislazione, regolamentazioni tecnico-amministrative e standard operativi) e le reti e le tecnologie di informazione. In questo caso la carenza viene maggiormente rilevata nel Centro-Nord.

### *Notazioni conclusive*

I risultati dell'indagine appaiono confermare alcune tendenze diffusamente percepite e fanno emergere alcune puntualizzazioni utili sulla "qualità" dei fabbisogni logistici.

La sensazione prevalente è che la logistica applicata al turismo non è ancora capace di agevolare la crescita dei flussi e la loro gestione e si trova a uno stadio ancora lontano da una logica di sistema.

Le imprese della filiera turistica nel nostro Paese lamentano certamente carenze infrastrutturali, sulle quali si concentra normalmente l'attenzione generale, visti i ritardi e gli squilibri nelle dotazioni, soprattutto riguardo al Mezzogiorno. Tuttavia, l'indagine evidenzia l'importanza di prestare anche alla mobilità locale e urbana e ai nodi di scambio e di interconnessione un'attenzione almeno pari a quella finora rivolta alle grandi reti.

Anche tra le proposte di intervento specifico avanzate dalle imprese sono prevalenti quelle rivolte alla mobilità urbana (trasporti pubblici, metropolitane, parcheggi, manutenzioni, ecc.) e all'interconnessione tra reti e ai nodi di scambio (collegamenti aeroportuali stradali e ferroviari, parcheggi, ecc.), anche riguardo i relativi servizi (navette, taxi, ecc.). Le politiche infrastrutturali del Paese – nazionali, regionali e locali – devono quindi fare molta attenzione a non sottovalutare i cosiddetti "interventi minori".

Un altro aspetto importante è che le infrastrutture non bastano: servono anche servizi, sia sul piano quantitativo sia – e soprattutto – sul piano qualitativo, che siano in grado di gestire e fluidificare la mobilità turistica. Anche qui, le proposte delle imprese sono significative e toccano molti aspetti della funzionalità logistica: formazione degli operatori, creazione di imprese, progettualità e pianificazione, costi, controlli, ecc. In questo caso, può invece essere determinante una maggiore concorrenza (soprattutto per quei servizi offerti ancora da soggetti pubblici e/o in regime di monopolio), senza la quale qualità e costi difficilmente migliorano.

## 24. La struttura ed evoluzione dell'industria aeroportuale italiana\*

In linea con il trend internazionale, gli aeroporti italiani devono fronteggiare una domanda crescente di traffico aereo, assumendo un ruolo sempre più importante di supporto allo sviluppo economico locale e al turismo. Se da un lato tale trend offre opportunità di crescita, dall'altro può portare alla necessità di adeguare la propria dotazione infrastrutturale. Rispetto a tale problematica, questa scheda intende contribuire attraverso considerazioni sul dimensionamento operativo del sistema aeroportuale italiano e con l'analisi dei rendimenti di scala.

In linea generale, il confronto con gli altri paesi europei indica che l'infrastruttura dell'industria aeroportuale italiana è caratterizzata da una minore dimensione media dei maggiori aeroporti internazionali, da un numero più elevato di aeroporti di dimensione medio-piccola e di una più elevata dispersione del traffico aereo. Il *network* aeroportuale è policentrico, con il traffico principale distribuito tra i due *hub* di Roma Fiumicino e Milano Malpensa. A livello gestionale, ciascun aeroporto è solitamente gestito da una società per azioni a capitale misto pubblico-privato (con prevalenza di capitale pubblico), talvolta in collaborazione con l'ENAC (Ente Nazionale Aviazione Civile)<sup>1</sup>. In alcuni casi, una singola società gestisce più aeroporti: è il caso degli aeroporti di Roma (Fiumicino e Ciampino), di Milano (Malpensa e Linate), della Puglia (in particolare Bari e Brindisi), degli aeroporti di Brescia e Verona.

Circa la dimensione e l'evoluzione del traffico e dei ricavi di gestione, dal 2000 al 2005 si può osservare (Tab. 1) come sui nodi di Milano e Roma sia concentrato più del 50 per cento del traffico passeggeri e oltre il 65 per cento del trasporto merci (questa cifra supera l'80 per cento se si considera nell'area milanese anche l'aeroporto di Bergamo). La parte rimanente del traffico aereo italiano risulta notevolmente dispersa in numerosi aeroporti di piccola e media dimensione con una vocazione legata soprattutto al trasporto passeggeri (ricordando l'eccezione di Bergamo). Nel periodo considerato, la crescita nel numero di passeggeri appare generalizzata (le uniche eccezioni

---

\* A cura di Graziano Abrate e Fabrizio Erbetta (Centro di ricerca Hermes - Università del Piemonte Orientale "A. Avogadro").

<sup>1</sup> Esistono anche casi di aeroporti gestiti direttamente dall'ENAC, ma questa situazione è limitata ad alcuni scali minori non considerati nelle analisi che seguono.

sono rappresentate dagli aeroporti di Genova e di Reggio Calabria), con un incremento a livello nazionale di circa il 23 per cento. Spesso, tale crescita è da imputarsi all'imponente sviluppo dei vettori *low-cost* (in particolare di Ryan-Air) e dal proliferare di nuove rotte in larga misura connesse alle domanda di trasporto per fini turistici, sia in entrata che in uscita. I casi più importanti sono rappresentati dagli scali di Bergamo, Pisa, Treviso e Alghero, ma anche altri aeroporti prima sostanzialmente marginali nel panorama italiano hanno realizzato incrementi talvolta esponenziali nei volumi di traffico (Forlì, Trapani, Pescara). In questo senso, si può affermare che la capillare diffusione territoriale di aeroporti internazionali, spesso situati in prossimità di note località turistiche e balneari, crea presupposti ideali alla crescita del traffico aereo in Italia.

Per il settore aeroportuale è disponibile anche un indicatore di ricavo medio per passeggero (Tab. 1). Data la natura multi-servizi della gestione aeroportuale, esso comprende l'insieme dei ricavi da diritti aeroportuali, da assistenza a terra (*handling*) e derivanti da attività commerciali. Il dato medio mostra una flessione del 10 per cento negli anni considerati, dovuta principal-

**Tab. 1 - Andamento di traffico e di ricavo medio per passeggero**

	Numero di passeggeri			Merci (tonn.)			Ricavo medio per passeggero (valori in euro)		
	2000	2005	Var. %	2000	2005	Var. %	2000	2005	Var. %
Rimini	251.139	283.492	12,9	4.966	2.625	-47,1	13,8	19,1	38,6
Pescara	114.024	350.477	207,4	2.851	2.390	-16,2	16,5	12,3	-25,4
Trapani	28.312	389.735	1276,6	0	93	nd	16,5	7,3	-55,5
Reggio Calabria	538.048	398.089	-26,0	330	194	-41,2	2,6	5,2	103,2
Ancona	433.729	485.929	12,0	4.879	4.973	1,9	36,4	26,0	-28,4
Forlì	45.933	565.341	1130,8	2.507	477	-81,0	20,0	8,8	-56,1
Trieste	574.665	615.759	7,2	1.353	831	-38,6	14,8	15,5	5,0
Genova	1.063.146	1.013.288	-4,7	6.253	6.250	0,0	17,7	20,1	13,4
Alghero	664.330	1.079.843	62,5	1.963	693	-64,7	6,4	7,4	15,7
Lamezia	785.060	1.163.121	48,2	3.081	2.565	-16,7	10,7	10,8	1,0
Treviso	281.442	1.300.298	362,0	9.100	17.907	96,8	21,3	10,9	-48,9
Olbia	1.336.618	1.671.218	25,0	2.190	925	-57,8	8,5	15,9	86,4
Firenze	1.521.272	1.703.303	12,0	601	3.694	514,6	15,3	17,8	15,8
Pisa	1.246.807	2.334.843	87,3	10.210	12.207	19,6	16,7	15,0	-10,2
Cagliari	2.067.116	2.355.796	14,0	5.499	4.853	-11,7	3,7	7,5	101,9

(segue)

*segue* Tab. 1 - Numero di viaggiatori e relativa spesa di italiani e stranieri per motivo del viaggio, 2006

	Numero di passeggeri			Merci (tonn.)			Ricavo medio per passeggero (valori in euro)		
	2000	2005	Var %	2000	2005	Var %	2000	2005	Var %
Bari e Brindisi	1.865.822	2.453.701	31,5	5.023	4.632	-7,8	5,9	9,8	65,8
Verona e Brescia	2.458.603	3.059.595	24,4	9.055	31.136	243,9	14,4	17,0	18,1
Torino	2.814.850	3.148.807	11,9	20.623	13.794	-33,1	18,2	13,7	-24,9
Bologna	3.524.789	3.690.953	4,7	25.034	25.469	1,7	17,3	13,5	-22,3
Palermo	3.231.267	3.831.876	18,6	6.219	5.219	-16,1	7,1	7,6	8,2
Bergamo	1.241.138	4.356.143	251,0	100.494	136.339	35,7	24,4	14,3	-41,6
Napoli	4.136.508	4.588.695	10,9	7.440	7.608	2,3	7,8	9,8	25,4
Catania	3.970.754	5.192.697	30,8	12.102	9.840	-18,7	6,8	9,3	36,6
Venezia	4.135.608	5.825.499	40,9	17.322	22.723	31,2	16,2	12,4	-23,4
Milano	26.743.157	28.719.121	7,4	323.190	410.097	26,9	19,3	15,6	-19,2
Roma	27.117.692	32.918.455	21,4	219.253	194.281	-11,4	16,9	15,5	-8,2
<b>Totale</b>	<b>92.191.829</b>	<b>113.496.074</b>	<b>23,1</b>	<b>801.538</b>	<b>921.815</b>	<b>15,0</b>	<b>14,4</b>	<b>13,0</b>	<b>-9,9</b>

Fonte: elaborazioni su dati ENAC, Assaeroporti.

mente alla liberalizzazione dei servizi di *handling*, la cui gestione è stata, in molti casi, affidata in *outsourcing*.

## 25. L'analisi dell'efficienza di scala dell'industria aeroportuale italiana\*

Per l'analisi dell'industria aeroportuale italiana sono stati costruiti alcuni semplici indicatori di sfruttamento della capacità produttiva (Tab. 1), ottenuti dividendo il numero di passeggeri per valori relativi all'infrastruttura aeroportuale (rispettivamente, la superficie aeroportuale totale, la lunghezza complessiva delle piste e l'area a disposizione per il parcheggio degli aeromobili – *apron*). In termini di interpretazione generale, i valori più elevati possono segnalare eventuali situazioni di “congestione”, dove un aumento di traffico può essere difficoltoso senza un adeguamento dell'infrastruttura. Per contro, valori bassi indicano uno scarso sfruttamento dell'attuale capacità produttiva e tendono a individuare situazioni di inefficienza di scala. Nonostante tali indicatori presentino un'elevata correlazione con la dimensione del traffico, l'analisi dei valori massimi permette di formulare alcune considerazioni preliminari. Per quanto riguarda lo sfruttamento della superficie aeroportuale, gli aeroporti di Cagliari, Palermo e Catania (ma anche di Napoli) fanno registrare i valori più elevati (ben superiori rispetto a quelli di Milano e Roma), suggerendo una valutazione positiva dei progetti di ampliamento attualmente in corso. Passando al dato relativo al numero di passeggeri per chilometro di pista, Milano e Roma sono ai primi posti, affiancate anche in questo caso da Catania, che fa registrare il valore massimo relativamente allo sfruttamento dell'area del parcheggio aeromobili, precedendo Pisa e Napoli. Relativamente alla dinamica degli indicatori, si nota in generale una maggiore saturazione della capacità produttiva e si può osservare come gli aeroporti abbiano fronteggiato la crescita della domanda privilegiando la riallocazione degli spazi all'interno della superficie aeroportuale al fine di ampliare l'area a disposizione del parcheggio degli aeromobili (si vedano soprattutto i casi di Cagliari, Trieste e Venezia).

Nonostante tali indicatori possano essere utili per una prima descrizione del campione, al fine di fornire una valutazione rigorosa sulla saturazione della capacità infrastrutturale è necessario un modello più complesso, in grado di restituire una misurazione puntuale dei rendimenti di scala (Appendice 3). Per ciascuna società di gestione e per ciascun anno di riferimento si sti-

---

\* A cura di Graziano Abrate e Fabrizio Erbetta (Centro di ricerca Hermes - Università del Piemonte Orientale “A. Avogadro”).

**Tab. 1 - Indicatori di sfruttamento della capacità infrastrutturale**

	Passeggeri/ Superficie aeroportuale (km <sup>2</sup> )			Passeggeri/Totale lunghezza piste (km)			Passeggeri/Apron (km <sup>2</sup> )		
	2000	2005	Var. % <sup>1</sup>	2000	2005	Var. % <sup>1</sup>	2000	2005	Var. % <sup>1</sup>
Alghero	0,27	0,44	62,6	221	360	62,6	14,65	23,47	60,3
Ancona	0,21	0,25	17,3	145	164	13,1	12,39	9,17	-26,0
Bari e Brindisi	0,41	0,44	5,5	266	359	34,7	17,28	15,36	-11,1
Bergamo	0,46	1,45	215,9	329	1173	256,6	7,17	24,75	245,0
Bologna	1,76	1,85	4,7	1439	1318	-8,4	61,84	33,55	-45,7
Cagliari	3,39	4,28	26,0	738	840	13,8	27,20	13,31	-51,1
Catania	1,32	2,47	86,8	1.595	2.133	33,7	42,56	42,22	-0,8
Firenze	1,32	1,42	7,3	922	991	7,5	24,15	21,29	-11,3
Forlì	0,02	0,27	1130,8	19	235	1130,8	1,53	18,88	1130,8
Genova	0,63	0,63	0,1	351	348	-1,1	3,80	5,07	33,4
Lamezia	0,33	0,49	50,0	327	482	47,3	15,70	9,94	-36,7
Milano	1,69	1,76	4,5	2.601	2.794	7,4	21,01	16,89	-19,6
Napoli	2,07	2,29	10,9	1.561	1.746	11,9	33,91	37,61	10,9
Olbia	0,75	0,93	24,3	547	683	25,0	14,93	12,38	-17,1
Palermo	2,15	2,55	18,6	580	710	22,3	22,28	24,12	8,2
Pescara	0,07	0,22	207,4	47	144	207,4	2,35	7,23	207,4
Pisa	0,35	0,65	87,3	227	404	77,7	24,94	38,28	53,5
Reggio Calabria	0,37	0,28	-26,0	136	109	-20,2	27,73	16,73	-39,7
Rimini	0,08	0,09	12,9	99	112	12,9	4,19	4,72	12,9
Roma	1,49	1,80	21,4	1.587	1.925	21,3	30,56	35,81	17,2
Torino	0,98	1,06	8,8	853	954	11,9	16,08	17,99	11,9
Trapani	0,02	0,32	1276,6	12	145	1148,5	0,88	12,18	1276,6
Treviso	0,23	1,08	362,0	116	529	354,7	4,69	18,58	296,0
Trieste	0,24	0,25	7,2	192	205	7,2	10,45	5,86	-43,9
Venezia	1,25	1,76	40,4	680	958	40,9	33,62	15,74	-53,2
Verona e Brescia	0,50	0,53	6,1	435	505	16,0	19,51	15,45	-20,8
<b>Media</b>	<b>0,86</b>	<b>1,14</b>	<b>32,2</b>	<b>616</b>	<b>782</b>	<b>26,8</b>	<b>19,05</b>	<b>19,10</b>	<b>0,2</b>
Min	0,02	0,09		12	109		0,88	4,72	
Max	3,39	4,28		2601	2794		61,84	42,22	
Dev. standard	0,84	1,00		647	702		14,23	10,76	

<sup>1</sup> In alcuni casi, i tre indicatori fanno registrare la stessa variazione percentuale perché nel periodo considerato l'aeroporto non ha effettuato alcun investimento né per la superficie complessiva, né per la lunghezza delle piste e per l'area percheaggio aeromobili.

Fonte: elaborazioni su dati ENAC e Assaeroporti.

mano i rendimenti di scala di breve periodo<sup>1</sup> (Tab. 2). Un valore superiore a 1 indica che un aumento proporzionale in tutti gli output della gestione aeroportuale (il modello utilizzato considera come output il numero di passeggeri, l'ammontare dei ricavi da *handling* e i ricavi com-

**Tab. 2 - Stima dei rendimenti di scala di breve periodo**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Alghero	1,09	1,18	1,10	1,02	1,05	1,25
Ancona	0,97	1,02	1,10	1,10	1,09	1,11
Bari e Brindisi	1,32	1,29	1,37	1,35	1,34	1,46
Bergamo	1,31	1,45	1,41	1,18	1,19	1,13
Bologna	0,87	0,91	1,07	1,16	1,54	1,50
Cagliari	1,28	1,30	1,42	1,38	1,33	1,32
Catania	0,89	0,89	0,96	0,95	0,95	0,94
Firenze	0,99	1,04	1,08	1,11	1,13	1,06
Forlì	1,72	1,76	1,53	1,36	1,14	1,18
Genova	1,58	1,48	1,50	1,52	1,54	1,78
Lamezia	1,00	1,26	1,24	1,16	1,29	1,33
Milano <sup>1</sup>	0,91	0,92	1,05	1,11	1,13	1,11
Napoli	1,28	1,29	1,32	1,36	1,28	1,26
Olbia	1,35	1,23	1,39	1,18	1,28	1,29
Palermo	1,06	1,06	1,04	1,05	1,03	1,41
Pescara	1,86	1,78	1,56	1,56	1,52	1,44
Pisa	1,03	1,06	1,04	1,01	1,03	1,05
Reggio Calabria	1,24	1,17	1,31	1,53	2,14	1,78
Rimini	1,44	1,61	1,62	1,50	1,34	1,39
Roma <sup>1</sup>	1,07	1,14	1,14	1,13	1,14	1,13
Torino	1,14	1,16	1,41	1,42	1,39	1,44
Trapani	1,92	1,49	1,58	0,99	0,88	0,90
Treviso	1,19	1,13	1,25	1,19	1,16	1,12
Trieste	1,09	1,08	1,07	1,11	1,23	1,29
Venezia	0,96	0,96	1,40	1,34	1,37	1,47
Verona e Brescia	1,12	1,16	1,16	1,21	1,18	1,19

<sup>1</sup> Tali valori sono puramente indicativi.

Fonte: elaborazioni su dati ENAC e Assaeroporti.

<sup>1</sup> Laddove non è specificato, ci si riferisce sempre a economie o diseconomie di scala di breve periodo, che rappresentano sostanzialmente una misura di saturazione della capacità produttiva.

merciali) comporterebbe un aumento meno che proporzionale nei costi variabili, sono distinti due input "variabili", il costo del lavoro e gli altri costi, rappresentati essenzialmente da materiali e servizi), mantenendo costante il complesso infrastrutturale a disposizione (sono utilizzati due indicatori di infrastruttura, l'*apron* e la superficie aeroportuale). Un valore inferiore a 1 corrisponde, invece, a una situazione operativa di diseconomie di scala per cui, senza ampliamenti dell'infrastruttura, un aumento proporzionale degli output potrebbe essere ottenuto soltanto attraverso un aumento più che proporzionale dei costi variabili; in altre parole, per sostenere un aumento della domanda diventa necessario programmare investimenti ulteriori in infrastruttura.

In primo luogo, l'analisi dei risultati mostra che la maggioranza degli aeroporti italiani opera in un contesto di rendimenti di scala crescenti. Il modello ha permesso di testare la presenza di economie di scala statisticamente significative pari al 22 per cento sulla media del campione analizzato<sup>2</sup>. Analizzando il dato più recente (2005), soltanto due società di gestione risultano operare in condizioni di diseconomie di scala, segnalando quindi una necessità di intervento strutturale volto ad ampliare la capacità aeroportuale: si tratta dei casi di Catania e di Trapani. Per quanto riguarda Catania, che rappresenta la quarta società di gestione aeroportuale per numero di passeggeri in Italia, le diseconomie di scala sono riscontrate in tutto il periodo considerato; peraltro, l'analisi conferma le prime valutazioni emerse dagli indicatori di statistica descrittiva, che segnalavano valori elevati di sfruttamento della capacità produttiva. Trapani, invece, è un piccolo aeroporto che ha registrato un aumento esponenziale del traffico (in 5 anni è passato da 28.000 a 390.000 passeggeri circa), per sostenere il quale dovrà a questo punto considerare l'adeguamento della propria infrastruttura. Per tutti gli altri casi, il valore dei rendimenti di scala nell'anno 2005 è maggiore di 1, indicando che l'attuale capacità produttiva è in grado di sostenere, con vantaggi di costo, un incremento degli output; in questo senso, il trend di crescita della domanda di traffico aereo rappresenta senz'altro un'ottima opportunità.

Dati i tempi necessari alla realizzazione di un ampliamento della struttura, occorre considerare che anche i casi in cui i rendimenti di scala sono di poco superiori a 1 possono trarre beneficio da un'accurata programmazione degli investimenti da attuare in funzione della previsione del-

---

<sup>2</sup> Ai fini della stima del modello, dal campione sono state escluse Roma e Milano, che operano ad una scala non confrontabile rispetto agli altri aeroporti italiani. Una valutazione dei rendimenti di scala per questi due casi è stata effettuata ex-post sulla base dei coefficienti stimati sul campione utilizzato.

l'andamento della domanda. Gli aeroporti maggiormente vicini alla sfruttamento ottimale – ovvero alla saturazione – dell'infrastruttura risultano essere quelli di Pisa e di Firenze, per i quali un ampliamento della capacità potrebbe essere opportuno se si prevede un aumento del traffico nel breve periodo.

L'evoluzione nel tempo dei rendimenti di scala mostra come in alcuni casi l'ampliamento della struttura sia stato un investimento necessario a sostenere la crescita del traffico (ad es. Bologna e Venezia si trovavano in una condizione di diseconomie di scala nel 2000, ma a seguito di lavori di ampliamento effettuati, soprattutto per quanto riguarda l'*apron*, si sono riportate in una situazione di rilevanti economie di scala). Occorre inoltre ricordare che la dinamica dei rendimenti di scala è in parte influenzata dalle politiche di *outsourcing* dell'*handling* messe in atto da diverse società, che hanno pertanto determinato la riduzione di uno dei tre output considerati (ricavi da *handling*): per un più approfondito trattamento di questa tematica si rimanda alla scheda successiva. A titolo puramente indicativo, sono riportate anche le stime (Tab. 2) riguardanti i casi di Milano e Roma, che mostrano entrambi una situazione di leggere economie di scala.

Infine, viene proposto uno schema che illustra la relazione tra i rendimenti di scala di breve periodo e la dimensione in termini di output per un aeroporto tipo (Tab. 3). Le prime tre colonne mostrano la distribuzione per decili degli output all'interno del campione. Le prime due righe in alto a sinistra mostrano la distribuzione per quartili delle infrastrutture a disposizione. Gli incroci tra righe e colonne nel quadrante a destra indicano i rendimenti di scala stimati, che crescono da sinistra a destra (a parità di output, l'aumento della capacità produttiva genera ovviamente una minor saturazione della stessa) e diminuiscono dall'alto in basso (a parità di capacità produttiva, l'aumento degli output porta alla sua saturazione). È così possibile definire alcune combinazioni ottimali relative allo sfruttamento dell'infrastruttura. Ad esempio, un aeroporto con un traffico di circa 2.500.000 passeggeri potrebbe operare in modo efficiente con una superficie aeroportuale di 2.060.000 km<sup>2</sup> e con un *apron* di circa 85.000 km<sup>2</sup>. Allo stesso modo, data una certa previsione della dinamica futura del traffico aereo, queste stime (Tab. 3) forniscono un'indicazione di massima riguardo a quale sarebbe la dotazione infrastrutturale necessaria per ottimizzarne la gestione.

**Tab. 3 - Una simulazione dell'andamento dei rendimenti di scala di breve periodo al variare della infrastruttura e dell'output**

				Quartile	25	50	75	100
				Sup. aerop. (km <sup>2</sup> )	1.525.000	2.060.000	2.990.000	5.820.000
				Apron (km <sup>2</sup> )	53.000	84.750	142.760	370.000
Decile	Passeggeri	Ricavi <i>handling</i>	Ricavi commerciali	Rendimenti di scala				
10	277.151	990	369	1,56	1,71	1,87	2,17	
20	451.379	1.671	593	1,38	1,53	1,70	2,00	
30	658.935	2.889	843	1,21	1,36	1,53	1,83	
40	1.040.442	4.160	1.723	1,14	1,28	1,45	1,75	
50	1.364.595	5.727	3.513	1,13	1,27	1,44	1,74	
60	1.888.508	9.039	4.529	0,97	1,12	1,29	1,59	
70	2.519.105	11.424	5.907	0,88	1,03	1,20	1,50	
80	3.337.671	13.048	8.192	0,84	0,98	1,15	1,45	
90	4.134.241	16.343	11.867	0,79	0,94	1,11	1,41	
100	5.871.415	34.002	19.029	0,61	0,76	0,92	1,23	

Fonte: nostre stime.

## 26. L'efficienza tecnica nell'industria aeroportuale italiana\*

Molti studi si sono recentemente concentrati sull'analisi delle condizioni di efficienza tecnica delle compagnie aeree, ma pochi hanno posto l'attenzione sull'efficienza produttiva degli aeroporti. L'efficienza dei servizi aeroportuali, tuttavia, sembrerebbe essere un elemento chiave per la determinazione del costo complessivo della filiera del trasporto aereo.

In linea di principio, la possibilità per le compagnie aeree di scegliere gli aeroporti dove localizzare punti di arrivo, partenza o scalo e di istituire nuovi collegamenti o eliminarne altri, dovrebbe esercitare una certa pressione sui manager degli aeroporti, nella direzione di un maggiore contenimento dei costi e della salvaguardia degli standard di efficienza, i cui beneficiari sono gli utenti finali.

Inoltre, nel processo di assegnazione dei fondi per lo sviluppo di progetti di ristrutturazione/ampliamento di *terminal* e altre aree aeroportuali, gli enti locali – che rappresentano nella maggioranza dei casi i proprietari delle strutture – dovrebbero incentivare il più possibile, o quanto meno auspicare, la ricerca delle migliori condizioni di efficienza. Queste ultime, infatti, potrebbero consentire una significativa attrazione di possibilità di business e passeggeri, dando in tal modo una maggiore valorizzazione turistica al territorio.

Un ulteriore aspetto da tenere in considerazione riguarda l'approccio per la determinazione delle condizioni di efficienza. Assai frequentemente – e non solo nell'ambito degli studi empirici sui sistemi di trasporto – l'analisi della *performance* è stata condotta attraverso il calcolo di indici di profittabilità o di produttività parziale dei fattori per ciascun aeroporto, e la loro variabilità nel tempo. Tali approcci tradizionali, tuttavia, presentano numerosi inconvenienti. Innanzitutto essi, essendo indicatori parziali, identificano la *performance* legata ai singoli fattori, ma non forniscono indicazioni in merito alla qualità della gestione complessiva. Sotto un altro punto di vista, la considerazione separata dei singoli casi aziendali impedisce di fatto di operare secondo una logica di *benchmarking*.

La definizione da parte dei manager di un adeguato sistema di *benchmarking* nei confronti di strutture aeroportuali assimilabili in termini operativi e di condizioni ambientali esogene, offrirebbe, invece, gli strumenti per evidenziare le principali lacune e porre in atto gli opportuni rimedi per

---

\* A cura di Graziano Abrate e Fabrizio Erbetta (Centro di ricerca Hermes - Università del Piemonte Orientale "A. Avogadro").

assicurare un elevato grado di competitività. Viceversa, una scarsa propensione a confrontare i risultati aziendali rende le singole realtà gestionali avulse da ogni regola di mercato concorrenziale, con effetti negativi sull'efficienza e, quindi, sulla soddisfazione degli utenti del servizio.

Alla luce di queste considerazioni, la metodologia per il calcolo dell'efficienza operativa descritta in appendice, consente di ovviare a entrambi i problemi. Tale misura di efficienza da un lato, offre una visione globale sull'attività gestionale, includendo tutti i fattori che intervengono nella produzione del servizio; dall'altro, essa si basa proprio su un modello di ottimizzazione della practice aziendale che utilizza, quale elemento portante, lo strumento del *benchmark*.

I risultati (Tab. 1) mostrano che l'efficienza media è pari a 0,746 e indica che l'utilizzo dei fattori produttivi dovrebbe essere ridotto del 25,4 per cento al fine di operare in condizioni di piena efficienza. La *performance* è relativamente bassa, indicando una scarsa propensione da parte degli operatori ad avviare processi di apprendimento ed imitazione delle condizioni gestionali delle unità migliori.

La variabilità (misurata dalla deviazione standard) è pari al 10,4 per cento e rappresenta circa il 14 per cento del livello medio di efficienza. La distribuzione dei livelli di efficienza appare abbastanza elevata, con valori di minimo e di primo quartile rispettivamente pari a 0,439 e 0,677. La variabilità delle *performance* all'interno del campione osservato, tuttavia, pare compatibile con i risultati di altre ricerche empiriche, con riferimento, in particolare, al caso statunitense<sup>1</sup> e tedesco<sup>2</sup>.

Quanto alla dinamica temporale dell'efficienza occorre rilevare che un segno negativo (positivo) asso-

**Tab. 1 - Valore medio e distribuzione degli score di efficienza operativa**

Media	0,746
Minimo	0,439
1° quartile	0,677
Mediana	0,752
3° quartile	0,816
Massimo	1,000
Dev. standard	0,104
Num. osservazioni	24

Fonte: nostre stime.

<sup>1</sup> Sarkis J. (2000), "An analysis of the operational efficiency of major airports in the United States", in *Journal of Operations Management*, 18, 335-351.

<sup>2</sup> Ovasapian G., Ülkü T. and Zivanovic J. (2007), "Privatization, restructuring and its effect on performance: a comparison between the German and the British airport sector", presented at the German Aviation Research Society Workshop in Bremen, 15-16 June 2007.

ciato alla variabile di tempo starebbe ad indicare un peggioramento (miglioramento) delle condizioni di efficienza. I coefficienti relativi all'effetto temporale sono presentati nella seconda colonna della tabella 2. In tutti gli anni si osservano valori negativi e significativamente diversi da zero, il che evidenzia un peggioramento della *performance* nel corso del tempo, ris-

petto al 2000. Nella terza colonna è stata calcolata la differenza tra i coefficienti di anni consecutivi. Un segno negativo è indicativo di un peggioramento della *performance* media in un anno rispetto all'anno precedente. Il risultato, in generale, evidenzia un progressivo allontanamento dalla frontiera, dovuto molto probabilmente a un aumento della variabilità dei comportamenti manageriali all'interno del campione. In altre parole, le differenze nella *performance* gestionale, già presenti tra le unità, non si sono ridotte nel corso del tempo ma, al contrario, si sono accentuate, confermando quanto precedentemente osservato in merito alla carenza dei sistemi di *benchmarking*. Come ulteriore interpretazione del dato, alla luce del processo di liberalizzazione dei servizi di *handling* attivato dal Decreto Legislativo n. 18/1999, sembra emergere una diversa propensione degli aeroporti a reagire positivamente alle sfide del mercato, creando i presupposti per un divario di *performance* più ampio fra società virtuose e non.

Un ulteriore aspetto indagato riguarda il legame tra proprietà ed efficienza. I dati sulla tipologia di assetto proprietario sono tratti dagli annuari ENAC e riguardano la presenza maggioritaria (riferita ad almeno il 51 per cento del patrimonio) di capitale pubblico o di soggetti privati. Su 24 unità del campione, sono stati individuati 6 aeroporti la cui natura proprietaria può essere definita privata. Il divario di efficienza tra i due sotto-gruppi è

**Tab. 2 - Andamento nel tempo dell'efficienza operativa**

Anni	Coefficiente di tempo <sup>1</sup> [g <sub>t</sub> ]	[g <sub>t+1</sub> - g <sub>t</sub> ]
2001	-0,143 (0,001)	
2002	-0,230 (0,000)	-0,087
2003	-0,262 (0,000)	-0,032
2004	-0,322 (0,000)	-0,060
2005	-0,365 (0,000)	-0,043

<sup>1</sup> In parentesi i valori del *p-value*.

Fonte: nostre stime.

**Tab. 3 - Divario di efficienza tra aeroporti con proprietà a maggioranza pubblica e privata**

Tipo di proprietà	Efficienza	Dev. Standard
Pubblica	0,733	0,105
Privata	0,783	0,091

Fonte: nostre stime.

presentato nella tabella 3. Gli aeroporti con presenza maggioritaria di capitale privato mostrano una *performance* di efficienza più elevata di 5 punti percentuali. Conseguentemente, la proprietà privata pare associata a un sistema di incentivi più congruo per il raggiungimento di migliori condizioni di competitività.

## 27. I rendimenti di scopo nell'industria aeroportuale italiana\*

La complessità della gestione di un aeroporto discende dalla necessità di espletare funzioni di diversa natura. In primo luogo, occorre distinguere fra servizi di assistenza nella fase di volo e servizi di assistenza a terra (*handling*). Inoltre, i tempi di attesa nell'area dell'aeroporto forniscono occasione per lo sviluppo di attività commerciali (negozi, *duty-free*, ristoranti, etc.). A tal proposito, l'aeroporto può sfruttare il vantaggio di rappresentare il primo e ultimo contatto del viaggiatore con il luogo di destinazione, costituendo un'area ideale per una notevole gamma di servizi, tra i quali l'informazione e la promozione turistica, il noleggio auto, il *last minute shopping*. Se la scelta specifica delle attività commerciali dipende essenzialmente dal tipo di clientela e richiede studi dettagliati dal lato della domanda di mercato, in un'ottica più generale di ottimizzazione della gestione la problematica assume un aspetto altamente strategico. In particolare, l'aeroporto deve valutare quali aspetti gestire autonomamente e quali invece dare in *outsourcing* a soggetti esterni; deve stabilire la convenienza a focalizzare la propria attività sul *core business* piuttosto che diversificarla. Questa scheda si propone di contribuire a tale problematica testando empiricamente la presenza di sinergie di costo tra le diverse aree operative.

In particolare, i ricavi derivanti dall'attività tipica delle gestioni aeroportuali possono essere classificati in tre grandi raggruppamenti:

- i diritti aeroportuali (relativi alle fasi di atterraggio/decollo, all'imbarco dei passeggeri e delle merci, ai corrispettivi per la garanzia della sicurezza);
- i ricavi da *handling*, ovvero tutti quei servizi di assistenza complementari all'attività aeronautica oggetto di liberalizzazione da parte del Decreto Legislativo n. 18/1999, (relativi al carico/scarico bagagli, alla biglietteria, al *check-in*, alla manutenzione e pulizia degli aeromobili, ecc.)
- i ricavi da attività commerciali.

Quanto alla ripartizione dei ricavi delle società di gestione oggetto della nostra analisi (Tab. 1), la dinamica del dato medio suggerisce una prima evidenza degli effetti della liberalizzazione del mercato dell'*handling*, il cui peso è sceso dal 47 per cento nel 2000 (quando costituiva la voce principale di ricavo) al 31 per cento nel 2005. Per contro, è aumentato il peso dei diritti aeroportuali

---

\* A cura di Graziano Abrate e Fabrizio Erbetta (Centro di ricerca Hermes - Università del Piemonte Orientale "A. Avogadro").

**Tab. 1 - Ripartizione dei ricavi tra diritti aeroportuali, handling e ricavi commerciali**  
(valori percentuali)

	2000			2005			Variazioni % (2000/2005)		
	Diritti	Handling	Commerciali	Diritti	Handling	Commerciali	Diritti	Handling	Commerciali
Alghero	57,7	36,1	6,2	63,5	19,9	16,6	10,2	-44,9	165,5
Ancona	12,8	79,5	7,7	22,0	67,1	10,9	72,3	-15,5	40,2
Bari e Brindisi	49,0	30,1	20,9	50,9	24,0	25,2	3,8	-20,4	20,6
Bergamo	36,7	48,4	14,9	51,0	29,6	19,4	39,0	-38,8	30,0
Bologna	29,0	50,6	20,4	53,3	8,3	38,3	84,0	-83,5	87,8
Cagliari	66,0	12,9	21,1	52,8	23,7	23,5	-20,1	84,5	11,2
Catania	43,5	46,7	9,8	57,1	30,9	12,0	31,2	-33,8	22,7
Firenze	33,6	50,7	15,7	40,3	40,9	18,7	20,1	-19,2	19,0
Forlì	30,4	63,5	6,1	61,7	26,4	11,9	103,1	-58,5	96,0
Genova	24,8	54,2	21,0	29,0	36,6	34,4	16,8	-32,5	64,4
Lamezia	36,0	56,9	7,0	37,1	43,1	19,8	3,1	-24,3	180,9
Milano	30,8	51,3	17,9	46,4	20,5	33,1	50,9	-60,1	84,5
Napoli	62,4	13,0	24,6	50,0	15,5	34,5	-19,8	19,1	40,3
Olbia	44,8	29,3	25,9	30,8	41,9	27,3	-31,3	43,1	5,5
Palermo	44,4	39,7	15,9	63,7	11,4	24,9	43,4	-71,3	56,9
Pescara	31,3	53,5	15,2	39,0	42,1	18,9	24,6	-21,3	24,1
Pisa	28,5	54,6	16,9	40,2	36,4	23,4	40,9	-33,4	38,9
Reggio Calabria	48,1	27,6	24,3	55,3	12,0	32,8	14,9	-56,5	34,6
Rimini	38,9	52,3	8,8	43,6	48,0	8,4	12,0	-8,3	-3,7
Roma	32,1	27,5	40,4	42,2	14,1	43,6	31,4	-48,6	8,0
Torino	34,8	45,8	19,4	45,5	20,7	33,9	30,5	-54,9	75,0
Trapani	17,6	76,4	6,0	48,8	49,2	2,0	177,3	-35,6	-66,8
Treviso	32,5	61,3	6,2	73,8	18,6	7,6	126,8	-69,6	22,9
Trieste	25,4	65,5	9,1	34,5	55,1	10,4	35,8	-15,9	14,6
Venezia	32,4	50,9	16,7	56,4	17,3	26,3	74,2	-66,0	57,1
Verona e Brescia	35,5	46,7	17,8	31,2	48,1	20,6	-12,1	3,0	16,1
Media	36,9	47,1	16,0	46,9	30,8	22,3	27,2	-34,6	39,1
Min	12,8	12,9	6,0	22,0	8,3	2,0	72,3	-35,2	-66,8
Max	66,0	79,5	40,4	73,8	67,1	43,6	11,7	-15,5	8,0
Dev. Standard	12,5	16,7	8,1	12,3	15,4	10,6	-2,1	-7,5	31,3

Fonte: elaborazioni su dati ENAC e Assaeroporti.

(dal 37 al 47 per cento) e dei ricavi commerciali (dal 16 al 22 per cento). Gli esempi più evidenti di *outsourcing* delle attività di *handling* sono rappresentati dalle società degli aeroporti di Bologna, Milano, Palermo, Roma, Treviso e Venezia: in tutti questi casi i ricavi da *handling* non superano il 15-20 per cento dei ricavi complessivi. Va detto, a questo proposito, che il modello di *outsourcing* applicato è stato quello di creare una società apposita per la gestione dei servizi a terra, spesso controllata a livello di capitale proprio.

La simultanea presenza di due o più output, come tipicamente accade nelle gestioni aeroportuali, pone il problema dell'esistenza di complementarità di costo tra le diverse attività gestite (denominate in letteratura "rendimenti di scopo"). La presenza di complementarità tra i costi relativi a due diverse tipologie di prodotti/servizi (economie di scopo) è in grado di generare risparmi e migliorare la profittabilità. Viceversa, la presenza di diseconomie di scopo rappresenta un incentivo per scindere le differenti produzioni, focalizzando l'attenzione su specifiche aree di business. In tal senso, la presenza di economie o diseconomie di scopo riveste, come già sottolineato, una forte valenza strategica.

I coefficienti stimati dei rendimenti di scopo a livello medio per ogni coppia di *output*: attività aeronautica (ovvero gestione del flusso passeggeri)/*handling*; attività aeronautica/attività commerciale; *handling*/attività commerciale (Tab. 2) intendono far luce su tale questione.

**Tab. 2 - Stime dei rendimenti di scopo tra le diverse attività aeroportuali**

	Passeggeri/ <i>Handling</i>	Passeggeri/ Commerciali	<i>Handling</i> / Commerciali
Valore stimato sulla media del campione ( <i>p-value</i> )	0,165 (0,015)	-0,063 (0,123)	0,021 (0,786)
Media	-0,02	-0,42	-0,14
Minimo	-0,97	-2,21	-0,79
1° quartile	-0,07	-0,28	-0,14
Mediana	0,02	-0,06	-0,02
3° quartile	0,06	-0,02	0,00
Massimo	0,64	0,00	0,18

Fonte: nostre stime.

Occorre osservare che coefficienti positivi sono indicativi della presenza di diseconomie di scopo, ovvero di un disincentivo alla produzione congiunta dei beni o servizi, mentre coefficienti negativi indicano la presenza di economie.

Come si può osservare, la gestione interna congiunta di attività di *handling* e servizi di assistenza nella fase di volo (approssimato dal flusso dei passeggeri) genera, in media, diseconomie di scopo significative (0,165), mentre economie di scopo – anche se non statisticamente significative – si registrano tra flusso di passeggeri e attività commerciali (-0,063). In tal senso, parrebbe delinearsi un quadro strategico in cui vi sia convenienza a integrare la gestione dei passeggeri con l'offerta di servizi commerciali, sfruttando il tempo di attesa negli spazi del *terminal*. Mentre sembrerebbe trovare conferma il disincentivo a svolgere congiuntamente le fasi di assistenza al volo e a terra, supportando le scelte strategiche di alcuni aeroporti che hanno già provveduto a separare le due attività.

I rendimenti di scopo tra passeggeri e *handling* presentano, tuttavia, delle oscillazioni rilevanti, risultando equamente suddivisi tra valori positivi e negativi. In particolare, sembrerebbe esistere una relazione positiva tra dimensione dell'aeroporto e convenienza a procedere all'esternalizzazione delle attività di *handling*. Infatti, la totalità delle unità operanti su scala maggiore (numero passeggeri > mediana) e con un basso grado di *outsourcing* (incidenza dei ricavi *handling* sul totale dei ricavi aeroportuali > mediana) presentano diseconomie di scopo.

Per illustrare il problema (Tab. 3) va notato come al crescere del flusso di passeggeri si passa da situazioni di economie di scopo a situazioni di diseconomie. La situazione ideale è rappresentata da un coefficiente pari a zero, che suggerisce il grado di *outsourcing* ottimale, per ogni dato livello di passeggeri. Il processo di *outsourcing* delle attività di assistenza a terra non risulta mai conveniente al di sotto di 1.000.000 di passeggeri (i valori dei coefficienti sono sempre negativi), poiché la struttura ha dimensioni contenute e necessita di massimizzare gli introiti monetari da tutte le fonti possibili, senza per questo avere ricadute negative in termini di complessità aziendale. Gli aeroporti maggiori dovrebbero, al contrario, essere più propensi a esternalizzare l'*handling*, concentrandosi sul *core business* aeronautico e sulla gestione commerciale. Ad esempio, per un aeroporto con 4.500.000 di passeggeri, il livello ottimale di ricavi *handling* dovrebbe assestarsi su un valore assai basso, intorno al 10 per cento, dal momento che in corrispondenza di tale livello si esauriscono le diseconomie di scopo, come evidenziato dal fatto che il coefficiente risulta approssimativamente pari a zero (0,016).

**Tab. 3 - Andamento dei rendimenti di scopo tra passeggeri e *handling*<sup>1</sup>**

N. Passeggeri\HR2	50%	33%	20%	10%
300.000	-1,498	-1,697	-2,096	-3,094
600.000	-0,702	-0,902	-1,300	-2,298
1.000.000	-0,116	-0,315	-0,714	-1,711
1.500.000	0,350	0,151	-0,248	-1,245
2.000.000	0,680	0,481	0,082	-0,915
3.000.000	1,146	0,947	0,548	-0,450
4.500.000	1,612	1,412	1,013	0,016
6.000.000	1,942	1,742	1,344	0,346

<sup>1</sup> Valori negativi corrispondono a economie di scopo, valori positivi corrispondono a diseconomie di scopo.

<sup>2</sup> Grado di *Outsourcing* (HR) = ricavi *handling*/totali ricavi aeroportuali.

Fonte: nostre stime.



## D. Appendice



## 1. L'offerta turistica dal punto di vista normativo e statistico

Il riconoscimento normativo e statistico della pluralità di operatori che compongono l'offerta turistica è importante sotto diversi profili. In primo luogo per individuare le dimensioni dell'offerta medesima, per consentire una sistematica e corretta rilevazione di dati e seguirne l'andamento nel tempo, per individuare i potenziali beneficiari di Fondi di finanziamento e agevolazioni, nonché i propugnatori/destinatari delle politiche attuate per la promozione e lo sviluppo dell'offerta turistica.

La legge n. 135 del 29 marzo 2001, *Riforma della legislazione nazionale del turismo*, contiene una prima e generica definizione di impresa turistica all'art. 7 (comma 1). Sono considerate imprese turistiche quelle che esercitano attività economiche, organizzate per la produzione, la commercializzazione, l'intermediazione e la gestione di prodotti, servizi, infrastrutture e di esercizi compresi quelli di somministrazione facenti parte dei sistemi turistici locali.

Il sistema turistico locale, anch'esso introdotto dalla legge n. 135/2001 (art. 5), è identificabile da un insieme di località (anche appartenenti a Regioni differenti) che per requisiti di omogeneità e di integrazione originano un ambito territoriale turisticamente rilevante. I sistemi turistici locali sono caratterizzati dall'offerta integrata di beni culturali, ambientali e di attrazioni turistiche, compresi i prodotti tipici dell'agricoltura e dell'artigianato locale, o dalla presenza diffusa di imprese turistiche singole o associate. È alle Regioni che spetta, nell'ambito delle proprie funzioni di programmazione, riconoscere i sistemi turistici locali (art. 5, comma 2).

La legge n. 135 attribuisce, inoltre, allo Stato il potere di dettare le linee guida del comparto turistico con Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri (D.P.C.M.) adottato d'intesa con la Conferenza Stato-Regioni (art. 2, comma 4).

Il D.P.C.M. del 13 settembre 2002 contiene non solo le linee guida del comparto, ma anche i criteri classificatori generali cui Regioni e Province autonome devono riferirsi nell'individuazione delle tipologie di imprese turistiche e delle attività non convenzionali operanti nel proprio territorio. In ciascuna Regione possono sorgere attività ricettive speciali, finalizzate alla fruizione di

segmenti particolari della domanda e/o alla valorizzazione di specifiche caratteristiche, nonché delle risorse economiche e naturali dell'area.

Ai fini dell'unitarietà del comparto a livello nazionale, il decreto prevede che il carattere turistico debba essere conferito all'impresa a seconda della tipologia di attività svolta ed elenca una serie molto ampia di attività che concorrono a formare l'offerta turistica (art. 1):

1. attività ricettive e attività di gestione di strutture ricettive, con annessi servizi turistici e attività complementari. Tra queste si ricomprendono: alberghi e residenze turistico-alberghiere, residence, case e appartamenti per vacanze (anche in multiproprietà), campeggi e villaggi turistici, altre strutture ricettive da definire in apposite leggi regionali;
2. attività indirizzate prevalentemente ai non residenti, finalizzate all'uso del tempo libero, al benessere della persona, all'arricchimento culturale, all'informazione, promozione e comunicazione turistica. In questa categoria rientrano i parchi a tema, le imprese di gestione di strutture congnostiche e congressuali, di organizzazione di iniziative e manifestazioni;
3. attività correlate con la balneazione, la fruizione turistica di arenili e di aree demaniali diverse e il turismo nautico quali le imprese di gestione di stabilimenti balneari, le imprese di gestione di strutture per il turismo nautico e le imprese di cabotaggio turistico e di noleggio nautico;
4. attività di tour operator e di agenzia di viaggio e turismo, che esercitano congiuntamente o disgiuntamente attività di produzione, organizzazione e intermediazione di viaggi e soggiorni e ogni altra forma di servizio clienti. Sono altresì imprese turistiche quelle che esercitano attività locali e territoriali di noleggio, di assistenza e di accoglienza ai turisti;
5. attività organizzate per la gestione di infrastrutture e di esercizi e attività operanti a finalità turistica, nei servizi, trasporti e mobilità delle persone, nell'applicazione di tecnologie innovative, nonché nella valorizzazione e nella fruizione delle tradizioni locali, delle risorse economiche, di quelle naturali (compreso il termalismo), e delle specialità artistiche e artigianali del territorio. Fra tali attività sono ricomprese le imprese di trasporto passeggeri, di noleggio di mezzi, di indirizzo sportivo-ricreativo (quali i campi da golf) e turistico-escursionistico (quali aree, sentieri e percorsi naturalistici), nonché gli esercizi di somministrazione (l. n. 287/1991) facenti parte dei sistemi turistici locali. Sono definite imprese turistiche di montagna anche le attività svolte per l'esercizio di impianti a fune, di innevamento programmato e di gestione delle piste da sci;

6. altre attività individuate autonomamente dalle diverse Regioni e dalle Province autonome di Trento e Bolzano e svolte non esclusivamente in forma di impresa. Esse possono consistere in prestazioni di servizi indirizzati specificamente alla valorizzazione delle tradizioni, delle emergenze culturali e naturalistiche, dei prodotti e delle potenzialità socio-economiche del territorio e a particolari segmenti di utenza turistica (quali il turismo equestre, l'ittiturismo, il turismo escursionistico, il turismo eno-gastronomico, il *diving*, il turismo giovanile, il turismo sociale, ecc.).

L'esercizio dell'attività turistica è inoltre subordinato all'iscrizione nel Registro delle imprese (reso operativo presso le Camere di Commercio a seguito dell'emanazione della legge n. 580/1993 e relativi regolamenti attuativi). Non è più richiesta, invece, l'iscrizione presso la sezione speciale (che è stata dunque soppressa) del Registro esercenti il commercio (Rec).

## 2. La classificazione statistica delle imprese turistiche

L'individuazione compiuta dal legislatore (e valida per l'intero territorio nazionale) delle attività che conferiscono carattere turistico a un'impresa, contribuisce a determinare anche a livello statistico quali imprese, presenti nei vari comparti, compongono la filiera turistica. Coniugando dunque le molteplici tipologie di imprese del D.P.C.M del 2002 (Appendice 1) con la classificazione ISTAT delle attività economiche (ATECO 2002), è stato dunque possibile identificare le attività a carattere turistico (Tab. 1).

Dal punto di vista della classificazione statistica, le imprese turistiche si collocano tra le imprese di servizi e svolgono attività differenti tra loro. L'industria turistica include, infatti, i fornitori ultimi di servizi di ospitalità, gli intermediatori (operatori turistici e agenzie turistiche) e altri servizi correlati (guide turistiche; ingresso in musei, fiere, parchi naturali e altre attrazioni turistiche; servizi di assicurazione per il viaggiatore; servizi di ristorazione e intrattenimento; ecc.), nonché servizi tangibili come i trasporti (in aereo, treno, nave, pullman, ecc.). Occorre tener presente, inoltre, che all'interno di una stessa unità produttiva possono essere erogati più servizi: si pensi alle strutture ricettive che offrono oltre al servizio di pernottamento anche quello di ristorazione.

**Tab.1 - L'offerta turistica: gli operatori per settore di attività**

Codice ATECO	Tipo di attività
<b>Offerta ricettiva</b>	
H 55	<b>Alberghi e ristoranti</b>
H 55.1	Alberghi, hotel, pensioni e simili
H 55.2	Ostelli della gioventù, rifugi di montagna, campeggi e altri alloggi per brevi soggiorni
<b>Offerta enogastronomica</b>	
H 55.3	Ristorazione
H 55.4	Bar e caffetterie, birrerie, pub, enoteche e altri esercizi simili senza cucina
H 55.5	Mense, <i>catering</i> e <i>banqueting</i>

<b>Codice ATECO</b>	<b>Tipo di attività</b>
<b>Servizi per il turista</b>	
I 60.22	Trasporti con taxi
I 61	Trasporti marittimi e per vie d'acqua
I 63.3	Agenzie di viaggio e altri intermediari del turismo, tour operator, assistenza turistica, guide e accompagnatori turistici
K 71	Noleggio di macchinari e attrezzature senza operatore (in particolare: noleggio senza autista di autovetture; noleggio motocicli e biciclette; roulotte e camper; noleggio senza equipaggio di imbarcazioni da diporto)
<b>Attività ricreative, culturali e sportive e altri servizi</b>	
O 92.33	Gestione parchi di divertimento, luna park e simili; gestione trasporto passeggeri a fini ricreativi
O 92.34.11	Discoteche, sale da ballo, night clubs e simili
O 92.52/53	Gestione musei, patrimonio culturale e naturale (orti botanici, giardini zoologici, parchi naturali)
O 92.72.1	Stabilimenti balneari (marittimi, lacuali e fluviali), attività ricreative e noleggio di cabine e altre attrezzature
O 93.04	Centri per il benessere fisico e stabilimenti idropinici e idrotermali

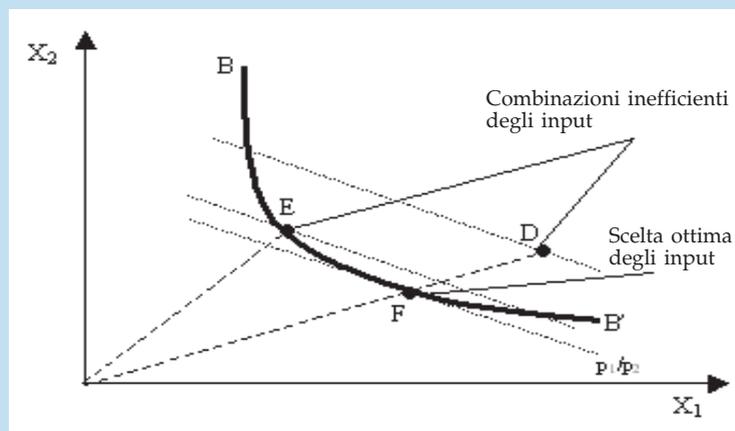
Fonte: ISTAT e Infocamere.

### 3. La metodologia adottata per l'analisi dell'industria aeroportuale italiana

L'analisi della *performance* d'impresa è oggetto di una vasta letteratura internazionale, nell'ambito della quale sono stati sviluppati modelli per la misurazione delle condizioni di efficienza tecnica ed allocativa. Con la prima si intende dare risalto all'effettiva capacità dei manager di dar corso, attraverso una opportuna pianificazione industriale e un attento monitoraggio delle attività aziendali, a tutti quegli interventi idonei a minimizzare l'uso delle risorse – dato un certo livello di output da raggiungere – e, quindi, gli sprechi. Con la seconda, si fa riferimento alla capacità dei manager di scegliere il mix degli input compatibile con la minimizzazione dei costi, dati i loro prezzi di mercato. Le due misure di efficienza colgono aspetti diversi ma complementari dell'attività manageriale al fine di definire una *practice* ottimale.

Considerando una tecnologia molto semplice caratterizzata da un vettore di due soli input ( $x_i$ ,  $i = 1, 2$ ) ed un output ( $y$ ), è possibile identificare l'insieme di tutte le combinazioni tecnologicamente "ammissibili" dei fattori produttivi (Production Possibility Set, PPS), compatibili con la produzione di un certo livello di  $y$ . Tale concetto può essere tradotto, per una migliore comprensione, in termini grafici. Nella figura 1 il PPS è dato dall'area sovrastante la curva  $BB'$ , la quale rappresenta la frontiera dell'efficienza. Mentre per punti "all'interno" dell'area (punto D) sarebbe possibile procedere ad un "efficientamento" attraverso un conteni-

Fig. 1 - Frontiera di efficienza e funzione di distanza degli input



mento delle risorse impiegate, i punti situati lungo la frontiera sono già tecnicamente ottimali (es.: punti E e F), ovvero per essi non è possibile ridurre ulteriormente l'impiego delle risorse a meno di non incorrere nella riduzione dei volumi di produzione.

Si supponga, inoltre, di conoscere il livello dei prezzi dei fattori produttivi, rispettivamente  $p_1$  e  $p_2$  e di voler determinare tutte le combinazioni di input il cui costo sia  $C$ , vale a dire:

$$C = p_1x_1 + p_2x_2 \quad [1]$$

L'obiettivo di una impresa è quello di minimizzare i costi, data la tecnologia disponibile. Il problema può essere scritto nel modo seguente:

$$\min p_1x_1 + p_2x_2 \quad [2]$$

$$x_1, x_2$$

$$\text{tale che } f(x_1, x_2) = y$$

dove  $f(\cdot)$  è una non specificata funzione di produzione.

Risolvendo per  $x_2$  la [1] si ottiene:

$$x_2 = \frac{C}{p_2} - \frac{p_1}{p_2} x_1 \quad [3]$$

La funzione così ottenuta rappresenta una retta con inclinazione negativa ( $-p_1/p_2$ ) e intercetta verticale  $C/p_2$ . Tale retta prende il nome di isocosto. Al variare di  $C$  si otterrà un insieme di rette di isocosto (indicate dalle linee tratteggiate in figura 1) e quelle di isocosto più elevate corrispondono a costi maggiori. È quindi possibile formulare il problema della minimizzazione dei costi in questi termini: qual è il punto sull'isoquante (quindi, compatibile con la tecnologia) tangente alla retta di isocosto più "bassa"? Tornando alla figura 1, esso è indicato dal punto F. I punti E e D sono, invece, entrambi inefficienti. Tuttavia, la natura dell'inefficienza è differente. Il punto D indica una situazione di inefficienza tecnica, risolvibile riducendo l'uso degli input, a parità di output, in modo da consentire di replicare il *benchmark* ottimale, ovvero la combinazione F. Il punto E è efficiente da un punto di vista tecnico (infatti, è situato sulla frontiera di efficienza), ma non minimizza ancora i costi: una riduzione del costo di produzione sarebbe possibile modificando il mix dei fattori produttivi, ovvero riducendo l'utilizzo di  $x_2$  e incrementando quello di  $x_1$ . In tal caso, si parla di inefficienza allocativa, o inefficienza di prezzo. La riorga-

nizzazione dei fattori produttivi verrebbe ad essere guidata dai prezzi relativi degli stessi, nel senso che la produzione potrebbe essere realizzata dando maggior peso al fattore che ha un prezzo relativo inferiore, fatti salvi, ovviamente, i vincoli di sostituibilità tra gli stessi.

Per quanto concerne la misurazione dello scontamento rispetto alla frontiera tecnicamente efficiente, la quale funge in ultima istanza da *benchmark*, lo strumento analitico recentemente sviluppato è quello della *input distance function*. In generale, dato un vettore  $x$  di  $N$  input ( $x_1, \dots, x_N$ ) e un vettore  $y$  di  $M$  output ( $y_1, \dots, y_2$ ), la funzione di distanza rispetto agli input è definita come segue:

$$D_1(y, x) = \max\{\delta : x/\delta \in \text{PPS}\} \quad [4]$$

Il coefficiente  $d$  designa la massima riduzione che occorre applicare agli input per rendere l'impresa massimamente efficiente da un punto di vista tecnico. Dal momento che in tale definizione non entrano i prezzi relativi dei fattori, né il problema del mix, la misura  $d$  rappresenta una misura "naturale" dell'inefficienza tecnica<sup>1</sup>.

Per procedere alla stima econometrica della *input distance function*, occorre assumere una forma funzionale. In generale, la letteratura ha sviluppato dei modelli di stima basati su specificazioni logaritmiche. Inoltre, sulla base del Lemma di Shephard, una stima efficiente dei parametri della funzione può essere ottenuta impostando il seguente sistema di equazioni (espresso in termini generali, senza esplicitare una specifica forma funzionale<sup>2</sup>):

$$\ln(1) = \ln D_1(y, x) + \varepsilon$$

$$\frac{p_i x_i}{C(y, p)} = \frac{\partial \ln D_1(y, x)}{\partial \ln(x_i)} + u_i \quad \text{per } i = 1, \dots, N-1 \quad [5]$$

<sup>1</sup> Sfruttando il rapporto di dualità con la funzione di costo, lo strumento *input distance function*, pur essendo una misura naturale di inefficienza tecnica, consente anche di indagare il problema dell'allocazione ottimale degli input dati i prezzi. Tale aspetto delle metodologie non è, tuttavia, affrontato in questa sede.

<sup>2</sup> Nella letteratura di ritrovano per l'*input distance function*, così come per strumenti di analisi più tradizionali (come la funzione di produzione o la funzione di costo), diverse forme funzionali più o meno flessibili, del tipo Cobb-Douglas, translogaritmica, quadratica, composite, ecc. Nella presente analisi è stata adottata la forma funzionale translogaritmica.

La seconda equazione è derivata direttamente dalla prima, ed è chiamata *cost-share* rispetto all'input  $i$ , la parte a sinistra dell'uguale rappresenta proprio la quota del costo relativo all'input  $i$  ( $\text{pix}_i$ ) sul totale del costo di produzione,  $C(y, p)$ . I termini  $e$  e  $u_i$  rappresentano gli errori, distribuiti normalmente con media zero, tipicamente inseriti negli approcci econometrici per consentire ai modelli di tenere conto di un'eventuale influenza legata alla casualità.

Senza entrare troppo nei dettagli dell'impostazione metodologica, pare utile soffermarsi, qui, sui principali pregi che caratterizzano l'approccio *input distance function* rispetto ad altri strumenti più tradizionali.

Innanzitutto, essa non assume un comportamento ottimizzante da parte dei manager delle imprese. Più precisamente, la misurazione dell'efficienza è realizzata non assumendo alcun processo di ri-allocazione degli input, finalizzato alla minimizzazione globale del costo. Gli economisti traducono questo aspetto affermando che ciascuna impresa si comporta come se adottasse un proprio sistema interno di prezzi (prezzi ombra), il quale andrebbe a deviare la scelta effettiva degli input rispetto a quella che sarebbe economicamente conveniente realizzare.

Il prezzo ombra rappresenta un concetto economico complesso, ma alcune esemplificazioni possono essere rintracciate dall'analisi dei sistemi economici. Si è dimostrato come alcuni contesti regolamentati, in particolare quelli in cui il regolatore preveda un tetto alla redditività d'impresa, diano incentivo alle imprese per incrementare la dimensione del capitale investito oltre il livello che sarebbe economicamente corretto detenere sulla base del suo prezzo di mercato. O ancora, è verosimile che un'impresa a proprietà pubblica possa avere tra i propri obiettivi non solo quello di massimizzare il valore, ma anche quello di creare occupazione, impiegando un numero di addetti economicamente non conveniente, dato il costo unitario del lavoro. Gli esempi si potrebbero moltiplicare. In generale, l'ipotesi di possibili distorsioni rispetto al sistema di prezzi di mercato sembra adattarsi bene al contesto delle strutture aeroportuali italiane, dal momento che la maggior parte dei casi analizzati si caratterizzano per una proprietà pubblica (o a prevalente capitale pubblico), in mano a Enti locali oltre che alle Camere di Commercio presenti sul territorio di riferimento.

### Descrizione della banca dati

Passando all'analisi del dataset, il campione analizzato consta di 26 aeroporti, i quali rappresentano tutti gli aeroporti italiani con almeno 100.000 passeggeri all'anno, osservati nel periodo 2000-2005. Le informazioni rilevanti sono state tratte dalle pubblicazioni statistiche di ENAC e ASSAEROPORTI<sup>3</sup>. Larga parte del traffico complessivo nazionale è concentrato nei due aeroporti multi-*hub* di Roma e Milano. Questi ultimi rappresentano situazioni non paragonabili con la restante parte degli aeroporti italiani, mentre sarebbero più adatti qualora si volesse intraprendere un'analisi di confronto europeo. Pertanto, le due realtà indicate sono state escluse dal campione, anche a causa del rischio di produrre pericolose distorsioni nelle stime di efficienza.

Per quanto riguarda la struttura tecnologica, gli aeroporti sono realtà multi-output. I servizi da essi offerti possono essere misurati, da un lato, ricorrendo a grandezze fisiche, quali il totale annuo dei passeggeri (PAX), il totale annuo del cargo trasportato (CARGO) e dal totale annuo dei movimenti dei velivoli (MOV) sia in decollo che in atterraggio. La produzione di un aeroporto non si esaurisce, tuttavia, in una pura attività aeronautica. Complementare a quest'ultima, infatti, è l'attività per assistenza a terra la cui entità è misurata attraverso i ricavi annui per servizi di *handling* (HANDL). Inoltre, una parte sempre meno trascurabile dei ricavi d'esercizio è legata alle attività commerciali (COMM), ovvero alle concessioni di spazi interni al terminal a soggetti esterni per lo svolgimento di servizi di ristorazione, *shopping*, *duty-free*, o alle attività di servizio direttamente offerte all'utenza, o ancora all'attività di *car-parking* gestita direttamente o tramite imprese terze.

Dal lato degli input, i dati a disposizione riguardano numero e costo dei dipendenti (LAB)<sup>4</sup>, costi operativi per materiali e servizi vari, i cosiddetti *soft cost* (SOFT). Inoltre, nella banca dati sono presenti informazioni circa l'infrastruttura, intese come misure di capitale: in particolare, lunghezza totale della pista (*runway length*, RNW), area *apron* per i parcheggi degli aeromobili (APRON) e totale della superficie dell'aeroporto (SURFACE).

Per esigenze di completezza viene anche fornito il modello empirico utilizzato. Come anticipato, si è qui fatto ricorso ad una forma funzionale flessibile del tipo *translog*:

---

<sup>3</sup> I siti web sono [www.enac-italia.it](http://www.enac-italia.it) e [www.assaeroporti.it](http://www.assaeroporti.it)

<sup>4</sup> La variabile ideale sarebbe rappresentata dal numero di dipendenti. Tuttavia, le serie storiche solo in rari casi presentano il dato circa il numero equivalente di addetti *full-time*, il quale armonizza la simultanea presenza di addetti *full-time* e *part-time*. Si è ritenuto, pertanto, più opportuno ricorrere al costo del lavoro come misura di uso del fattore in oggetto.

$$\begin{aligned}
\ln l = & a + \sum_r \beta_r \ln Y_r + \sum_i \beta_i \ln X_i + \sum_f \beta_f \ln K_f + \frac{1}{2} \sum_r \sum_s \beta_{rs} \ln Y_r \ln Y_s + \\
& + \frac{1}{2} \sum_i \sum_j \beta_{ij} \ln X_i \ln X_j + \frac{1}{2} \sum_f \sum_g \beta_{fg} \ln K_f \ln K_g + \frac{1}{2} \sum_r \sum_i \beta_{ri} \ln Y_r \ln X_i + \quad [6] \\
& + \frac{1}{2} \sum_r \sum_f \beta_{rf} \ln Y_r \ln K_f + \frac{1}{2} \sum_i \sum_f \beta_{if} \ln X_i \ln K_f + \sum_t \gamma_t T_t + e
\end{aligned}$$

Dove Y è il vettore degli output (r, s = PAX, HANDL, COMM); X è il vettore degli input (i, j = LAB, SOFT); K è il vettore degli input fissi di tipo infrastrutturale (f, g = SURE, APRON) e T indica il tempo (t = 2001, 2002, 2003, 2004, 2005), il cui effetto è catturato da variabili dummy.

L'equazione [6] è stata stimata congiuntamente alla *cost-share* (alternativamente, la *share* riferita al lavoro e quella riferita ai *soft cost*)<sup>5</sup>:

$$\frac{X_i}{C_i} = \beta_i + \sum_j \beta_{ij} \ln X_j + \sum_r \beta_{ri} \ln Y_r + \sum_f \beta_{if} \ln K_f + u_i \quad [7]$$

I parametri stimati permettono di ottenere misure di efficienza tecnica, di scala e di scopo, espresse nelle tre schede 25, 26 e 27.

---

<sup>5</sup> Per ragioni di brevità si omettono, qui, le restrizioni che devono valere all'interno del set di parametri della *input distance function* e tra i parametri di quest'ultima e quelli della *cost share*.



## Glossario del turismo

Il **turismo** è definito convenzionalmente a livello internazionale come “tutte le attività delle persone che viaggiano e soggiornano in località al di fuori del loro ambiente abituale per un periodo inferiore all’anno per piacere, affari o altri scopi”. Le “persone” cui si riferisce sono i visitatori: “qualsiasi persona, che si sposta in una località, al di fuori del suo ambiente abituale per un periodo non superiore ai 12 mesi e il cui motivo principale della visita non è quello di esercitare un’attività remunerata nel posto visitato”.

Il **turista** è un visitatore che soggiorna una o più notti nel posto visitato (paese o località). Gli “escursionisti” o visitatori di un solo giorno, invece, non pernottano nel luogo visitato. La maggior parte degli escursionisti sono visitatori nazionali. Ma vi sono anche casi di escursionisti internazionali. Tra questi, i visitatori escursionisti “in transito” possono essere sia visitatori nazionali che internazionali. Si tratta di escursionisti che non ritornano nel loro luogo di origine entro 24 ore dalla loro partenza, ma sono in movimento verso una nuova differente destinazione. All’interno di questa componente sono inclusi sia quei visitatori legalmente in transito perché rimasti nella zona di transito, che non entrano legalmente nel paese (i visitatori che arrivano per via aerea), sia quei visitatori che attraversano una località o un territorio di un paese, diretti verso una destinazione differente (i visitatori che viaggiano in automobile o in treno).

Il **viaggiatore** è colui che intraprende un viaggio per recarsi in un paese/località diversa da quella abituale per un periodo inferiore all’anno. I viaggiatori sono quantificati tramite due tipi di indicatori: il numero di viaggiatori alle frontiere rappresenta il conteggio dei passaggi alle frontiere italiane e non è influenzato dal numero di luoghi visitati (comuni italiani/stati esteri) dal viaggiatore (straniero/italiano); il numero di viaggiatori a destinazione rappresenta il conteggio dei viaggiatori nei singoli luoghi visitati.

La categoria dei **visitatori** è più ristretta di quella dei viaggiatori in quanto non include i viaggiatori che si muovono per esercitare un’attività retribuita nella località visitata (lavoratori stagionali e i frontalieri).

Le **motivazioni personali** sono quelle che esulano dall’ambito lavorativo: vacanze e altre attività ricreative, attività culturali, visite a parenti e amici, acquisti, pellegrinaggio e altri motivi religiosi e di studio, cure mediche e termali.

Il **viaggio per affari** si riferisce a qualsiasi attività professionale (vendite, trattative commerciali, mis-

sioni, riunioni di lavoro, convegni, corsi di formazione, installazione di impianti) o a un'attività lavorativa alle dirette dipendenze di una entità residente nel paese visitato, come nel caso dei lavoratori stagionali e frontalieri.

La **bilancia dei pagamenti turistica** è la sezione della bilancia dei pagamenti che registra nella voce "viaggi" le transazioni internazionali relative all'acquisto di beni e servizi da parte dei viaggiatori che si trattengono meno di un anno in un paese diverso da quello di residenza. Il criterio della partita doppia impone di registrare tra i crediti (entrate) le spese che i viaggiatori non residenti hanno effettuato in altri paesi e nei debiti (uscite) le spese turistiche che i viaggiatori residenti in un dato paese hanno sostenuto al di fuori del loro paese per il viaggio e il soggiorno. La differenza tra le entrate e le uscite è il saldo della bilancia turistica: se positivo significa che i viaggiatori stranieri che hanno visitato un dato paese hanno speso più di quanto non abbiano fatto i residenti in quel paese all'estero per viaggi; viceversa, in caso di saldo negativo.

Il **tasso di utilizzazione netta** delle strutture è il rapporto percentuale tra il numero delle presenze registrate in un mese e il numero di posti letto disponibili nel mese, calcolato considerando i soli giorni di apertura delle strutture. Il valore annuale è ottenuto dalla media dei dati mensili.

La **competitività di un'impresa** è la sua capacità di stare sul mercato riuscendo a soddisfare le esigenze dei consumatori guadagnandosene le preferenze, a remunerare dipendenti, fornitori e altri creditori agendo in un'ottica di gestione efficiente e sostenibile nel medio/lungo periodo.

Il **tasso di natalità** costituisce una misura del tasso di nascita di nuove iniziative imprenditoriali.

Il **tasso di mortalità** rappresenta una misura del tasso di cessazione delle attività.

Il **tasso di sviluppo o tasso netto di natalità** è la differenza tra tasso di natalità e mortalità ed esprime, in modo approssimativo, l'aumento percentuale del numero di imprese per ciascun comparto a livello nazionale.



---

Finito di stampare nel mese di luglio 2007  
dalla Failli Grafica S.r.l. - Guidonia-Montecelio (Roma)