



BANCA D'ITALIA
EUROSISTEMA

Questioni di Economia e Finanza

(Occasional Papers)

Il turismo internazionale in Italia:
recenti tendenze, domanda potenziale
e confronto con i principali concorrenti europei

di Emanuele Breda, Rita Cappariello e Valentina Romano

Dicembre 2018

Numero

475



BANCA D'ITALIA
EUROSISTEMA

Questioni di Economia e Finanza

(Occasional Papers)

Il turismo internazionale in Italia:
recenti tendenze, domanda potenziale
e confronto con i principali concorrenti europei

di Emanuele Breda, Rita Cappariello e Valentina Romano

La serie Questioni di economia e finanza ha la finalità di presentare studi e documentazione su aspetti rilevanti per i compiti istituzionali della Banca d'Italia e dell'Eurosistema. Le Questioni di economia e finanza si affiancano ai Temi di discussione volti a fornire contributi originali per la ricerca economica.

La serie comprende lavori realizzati all'interno della Banca, talvolta in collaborazione con l'Eurosistema o con altre Istituzioni. I lavori pubblicati riflettono esclusivamente le opinioni degli autori, senza impegnare la responsabilità delle Istituzioni di appartenenza.

La serie è disponibile online sul sito www.bancaditalia.it.

ISSN 1972-6627 (stampa)

ISSN 1972-6643 (online)

Stampa a cura della Divisione Editoria e stampa della Banca d'Italia

IL TURISMO INTERNAZIONALE IN ITALIA: RECENTI TENDENZE, DOMANDA POTENZIALE E CONFRONTO CON I PRINCIPALI CONCORRENTI EUROPEI

di Emanuele Breda^{*}, Rita Cappariello[§] e Valentina Romano[#]

Sommario

Lo studio esamina l'andamento della spesa dei turisti stranieri in Italia e della quota del nostro paese nel mercato mondiale delle spese dei turisti all'estero (le esportazioni di servizi turistici) dall'inizio dello scorso decennio. Il lavoro propone un confronto con gli altri maggiori paesi dell'area dell'euro concentrandosi in particolare sugli sviluppi successivi alla crisi finanziaria globale. Nel lavoro sono utilizzate le informazioni raccolte con l'Indagine campionaria sul turismo internazionale della Banca d'Italia per un'analisi strutturale dei flussi turistici provenienti dall'estero e una valutazione della dinamica delle spese dei turisti stranieri in Italia e nelle sue quattro macro-regioni, in relazione all'evoluzione della domanda "potenziale".

Classificazione JEL: F14, L83.

Parole chiave: turismo internazionale, quote di mercato, domanda estera.

Indice

1. Introduzione e principali risultati	5
2. La bilancia turistica italiana, le quote di mercato e il confronto internazionale.....	7
2.1 Flussi internazionali e bilancia turistica	7
2.2 Le quote di mercato dell'Italia e dei principali paesi	8
2.3 Gli andamenti delle entrate turistiche nei principali paesi dell'area dell'euro tra crisi internazionale e tensioni geopolitiche	10
3. Le caratteristiche dei viaggiatori stranieri pernottanti in Italia.....	12
3.1 La provenienza delle entrate, la durata dei viaggi e la spesa pro capite giornaliera	13
3.2 Le strutture ricettive utilizzate e i motivi del viaggio.....	15
4. La domanda potenziale turistica dell'Italia e delle sue macro aree.....	18
4.1 L'Italia	18
4.2 Le macro aree: andamenti delle entrate e domanda potenziale.....	20
5. Conclusioni.....	23
Bibliografia	25
Appendice - Metodologia per la stima della domanda potenziale di servizi turistici	27

^{*} Banca d'Italia, Sede di Venezia, Divisione Analisi e ricerca economica territoriale.

[§] Banca d'Italia, Dipartimento di Economia e statistica.

[#] Banca d'Italia, Sede di Napoli, Divisione Analisi e ricerca economica territoriale.

1. Introduzione e principali risultati¹

Negli ultimi venti anni l'attività turistica internazionale ha fornito un contributo positivo alla crescita economica globale ed è divenuta una componente rilevante nella formazione del valore aggiunto: l'Organizzazione mondiale del turismo (UNWTO) stimava, all'inizio del decennio corrente, un contributo diretto del settore turistico al PIL mondiale pari a circa il 5 per cento con un'incidenza sull'occupazione pari a oltre il 8 per cento del totale². Tra il 1995 e il 2017 il numero di viaggiatori internazionali è cresciuto del 150 per cento³ mentre le entrate complessive del turismo internazionale, misurate in euro a prezzi e cambi costanti, sono più che raddoppiate crescendo a un ritmo prossimo a quello del prodotto mondiale in termini reali (secondo i dati del Fondo monetario internazionale, FMI d'ora in avanti). Nella fase acuta della crisi internazionale i flussi turistici complessivi, sia fisici sia monetari, erano caduti più del prodotto mondiale ma negli anni successivi sono cresciuti a un ritmo più intenso, recuperando il terreno perduto.

Pur con la cautela dettata dal rischio di attacchi terroristici e di instabilità geopolitiche, che negli anni più recenti hanno rallentato i flussi turistici, appare ragionevole attendersi che la tendenza positiva prosegua nel medio termine e che l'attività turistica continui a fornire un impulso alla crescita economica. Lo UNWTO ha stimato che tra il 2010 e il 2030 il numero di viaggiatori internazionali dovrebbe crescere in media del 3,3 per cento all'anno con un incremento dei viaggiatori diretti verso le economie emergenti doppio rispetto a quello dei turisti nei paesi avanzati⁴.

Il turismo internazionale contribuisce in modo significativo alla formazione del valore aggiunto di paesi piccoli e molto aperti al commercio internazionale o poco specializzati nei settori industriali e dei servizi avanzati, ma il suo contributo non è trascurabile nel caso dei paesi avanzati. Tra i paesi europei, ad esempio, le entrate turistiche dall'estero nel 2017 erano pari a circa il 5 per cento del PIL in Spagna e Austria, a oltre il 2 per cento in Italia e in Francia (fig. 1). Nelle stime prodotte dall'Istat (2017) relative al turismo internazionale e domestico e agli effetti diretti sull'indotto, secondo le metodologie del Conto satellite del turismo, l'incidenza del comparto turistico sul valore aggiunto italiano nella valutazione ai prezzi base era pari al 6,0 per cento nel 2015.

Per il maggiore reddito pro capite che li caratterizza, nei paesi avanzati è rilevante anche l'incidenza della spesa all'estero: sempre tra i paesi europei, nel 2017 le spese per turismo internazionale in uscita erano superiori al 2 per cento del prodotto in Regno Unito, Austria e Germania. Tuttavia negli anni recenti e, presumibilmente, nei prossimi decenni, la dinamica più sostenuta del numero di viaggiatori e della spesa ha riguardato i turisti provenienti dai paesi emergenti; questa tendenza è stata trainata in particolare dalla Cina, che nel 2012 è divenuta il primo paese per spesa complessiva in dollari per viaggi internazionali⁵.

¹ Le opinioni espresse sono degli autori e non coinvolgono l'Istituto di appartenenza. Si ringraziano Silvia Fabiani, Alberto Felettigh, Roberto Tedeschi e i partecipanti a un seminario interno alla Banca d'Italia per i preziosi commenti. Un affettuoso ringraziamento e saluto va ad Andrea Alivernini, per aver condiviso con gli autori la sua lunga esperienza sulle statistiche del turismo in Italia: questo lavoro è dedicato alla sua memoria.

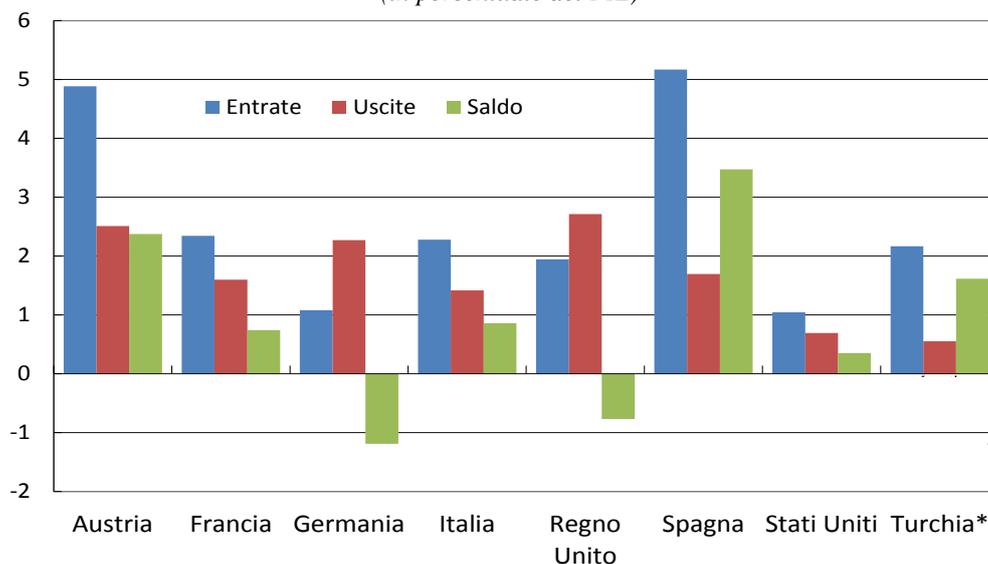
² Cfr. UNWTO (2011).

³ Cfr. UNWTO (2018).

⁴ Cfr. UNWTO (2011).

⁵ Va tuttavia notato che l'interscambio turistico internazionale della Cina risente dell'inclusione nelle statistiche ufficiali dei viaggi dei cittadini cinesi a Hong Kong e Macao. Al netto dei viaggi da e per Hong Kong e Macao, che potrebbero essere ricondotti alla categoria dei viaggi domestici, l'interscambio turistico internazionale della Cina si ridurrebbe significativamente.

Figura 1 – Interscambio di viaggi internazionali in alcuni paesi OCSE nel 2017
(in percentuale del PIL)



Fonte: elaborazioni su dati Eurostat e, per gli Stati Uniti, dati WTO e Bureau of Economic Analysis.
(*) Per la Turchia i dati si riferiscono al 2016.

Questo lavoro esamina l'andamento della bilancia dei pagamenti turistica dell'Italia tra il 1999 e il 2017, nel confronto con gli altri maggiori paesi dell'area dell'euro, in particolare negli anni successivi alla crisi finanziaria globale.

L'analisi mostra che, dopo la caduta nel periodo 2008-09, le esportazioni italiane di servizi turistici a prezzi correnti sono cresciute a tassi decisamente più sostenuti rispetto a quelli pre-crisi, raggiungendo nel 2017 un livello superiore di circa un terzo rispetto del 2010. Nel 2015 il numero di turisti che hanno pernottato nel nostro paese ha superato per la prima volta i 50 milioni ed è risultato ulteriormente in crescita nei due anni successivi, generando nel 2017 entrate per 37,0 miliardi di euro⁶.

Dal 2010 la dinamica delle entrate dell'Italia è stata quasi in linea con quella della "domanda potenziale", ovvero l'ammontare di entrate turistiche che si sarebbero realizzate se le entrate provenienti da ciascun paese partner fossero cresciute allo stesso ritmo della sua spesa per viaggi all'estero complessiva. Le entrate hanno seguito andamenti molto differenziati a livello geografico, più favorevole per il Sud e le Isole - l'unica area dove le entrate turistiche sono cresciute più della domanda potenziale - e per il Nord Ovest; più moderato per il Centro e il Nord Est.

La crescita delle esportazioni italiane di servizi turistici tra il 2010 e il 2017 è stata in linea con quella di Francia e Germania ma più modesta rispetto alla Spagna, nonostante il guadagno di competitività di prezzo delle strutture ricettive italiane rispetto a quelle francesi e tedesche. Tale guadagno sembra aver riflesso politiche di prezzo degli albergatori del nostro paese relativamente più elastiche sia al calo della domanda nella fase più acuta della crisi internazionale sia alla crescente pressione competitiva derivante dallo sviluppo dell'offerta di strutture extra-alberghiere attraverso applicazioni informatiche.

⁶ Se si includono i viaggiatori non pernottanti, nel 2017 le entrate turistiche complessive sono risultate pari a 39,2 miliardi.

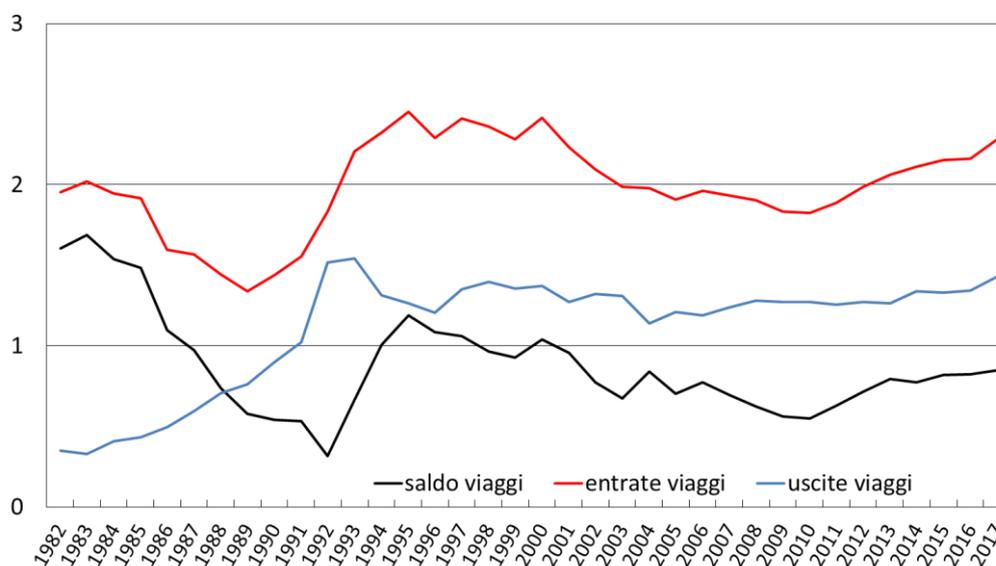
Il lavoro è organizzato come segue. Dopo aver descritto l'andamento della bilancia turistica dell'Italia e confrontato la sua quota di mercato con quella dei principali paesi esportatori di servizi turistici, la sezione 2 ne valuta la performance esaminando l'evoluzione delle entrate da turismo internazionale nelle maggiori economie dell'area dell'euro. La sezione 3 presenta un'analisi strutturale delle caratteristiche dei flussi turistici in Italia (provenienza geografica, durata dei viaggi e spesa media giornaliera dei pernottanti, strutture ricettive e motivi). La sezione 4 presenta i risultati della stima della domanda estera turistica dell'Italia e delle sue macro-aree. La sezione 5 presenta le conclusioni.

2. La bilancia turistica italiana, le quote di mercato e il confronto internazionale

2.1 Flussi internazionali e bilancia turistica

Il saldo generato dalle spese per viaggi internazionali⁷ degli stranieri in Italia e degli italiani all'estero (registrate rispettivamente come entrate/esportazioni e uscite/importazioni nel conto dei servizi) è l'unica voce storicamente in attivo del conto corrente della bilancia dei pagamenti italiana. Nei primi anni ottanta l'avanzo turistico era di circa un punto e mezzo del PIL a prezzi correnti (fig. 2). Dopo un deterioramento, prima trainato dalla crescita dei viaggi all'estero degli italiani poi dall'indebolimento delle spese degli stranieri protratto quasi fino alla fine dello scorso decennio⁸, negli anni più recenti l'attivo della bilancia turistica ha mostrato una lieve ripresa, grazie al recupero della spesa dei turisti stranieri, ampliandosi fino allo 0,9 per cento del PIL nel 2017 (tav. 1).

Figura 2 – Bilancia dei pagamenti turistica dell'Italia
(in percentuale del PIL)



Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia e Istat.

⁷ In questo lavoro i viaggi internazionali sono misurati secondo le definizioni del V e VI Manuale di bilancia dei pagamenti dell'FMI (rispettivamente per gli anni fino al 1994 e per quelli dal 1995 in poi) e includono vacanze, viaggi per "altri motivi personali" e viaggi per motivi di lavoro (cfr. FMI, 1993 e 2009).

⁸ Cfr. Alivernini *et al.* (2014).

Dal 2010 le spese degli stranieri in Italia a prezzi correnti sono cresciute a un ritmo quadruplo rispetto a quello del PIL nominale e la loro incidenza su di esso è passata dall'1,8 al 2,3 per cento. Le entrate da turismo sono significative anche in rapporto alle esportazioni: nel 2017 rappresentavano il 40 per cento di quelle di servizi a prezzi correnti (la media dei paesi dell'OCSE è 21 per cento e la media mondiale è circa 25 per cento; cfr. UNWTO, 2016) e il 7,3 di quelle totali.

Tavola 1 – Bilancia dei pagamenti turistica dell'Italia
(in percentuale del PIL)

Voci	1999	2010	2017
	a prezzi correnti		
Entrate	2,3	1,8	2,3
Uscite	1,4	1,3	1,4
Saldo	0,9	0,6	0,9
	a prezzi 2010		
Entrate	2,3	1,8	2,3
Uscite	1,3	1,3	1,3
Saldo	1,0	0,6	0,9

Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia e dati Istat di Contabilità nazionale.

2.2 Le quote di mercato dell'Italia e dei principali paesi

L'Italia, grazie al considerevole patrimonio culturale, artistico e ambientale, è storicamente una delle principali destinazioni del turismo internazionale. Nel 1982 raccoglieva circa l'8 per cento delle entrate turistiche mondiali ed era il secondo paese per quota di mercato dopo gli Stati Uniti⁹ (figg. 3a-3b). Nei decenni successivi le quote di mercato dell'Italia e delle sue principali destinazioni turistiche hanno subito una contrazione: la riduzione è stata in buona parte fisiologica, dato il forte sviluppo di numerose nuove destinazioni turistiche, alcune delle quali in grado di attrarre un gran numero di viaggiatori grazie anche all'estensione geografica e/o alle caratteristiche climatiche e geografiche, come la Cina e la Turchia. Il calo registrato in Italia è stato tuttavia marcato nel confronto con i principali concorrenti europei.¹⁰

La quota di mercato dell'Italia ha continuato a ridursi anche nel decennio corrente (dal 4,0 nel 2010 al 3,4 nel 2017), seppure a un ritmo meno intenso che in passato; il calo è stato più accentuato di quello osservato in Spagna ma inferiore a quello della Francia, che ha risentito dei gravi attentati terroristici nel biennio 2015-16.

La Germania, che ha un'offerta turistica relativamente più orientata al turismo d'affari rispetto agli altri tre principali paesi dell'area, nel periodo 2010-17 ha subito una perdita di quota di mercato simile a quella dell'Italia. Nel periodo precedente la quota della Germania aveva avuto un andamento più favorevole, grazie a una dinamica positiva della competitività

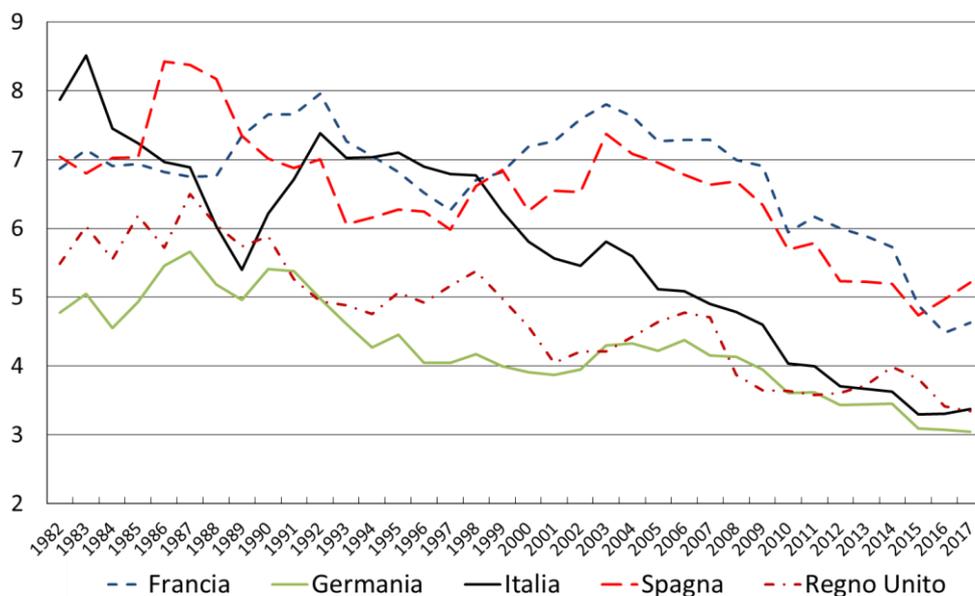
⁹ Per i confronti internazionali in serie storica, in questo lavoro si è preferito utilizzare i dati del WTO su entrate e uscite da viaggi internazionali rispetto a quelli dello UNWTO, diffusamente utilizzati nelle comparazioni internazionali di economia del turismo, in quanto i primi utilizzano per gli Stati Uniti una definizione delle entrate coerente con il V e VI Manuale di bilancia dei pagamenti dell'FMI e con la definizione adottata negli altri paesi, che include anche le spese di cittadini stranieri per viaggi di studio (cfr. FMI, 1993 e 2009).

¹⁰ Cfr. Alivernini *et al.* (2014).

di prezzo, a una migliore capacità di intercettare i crescenti flussi turistici dall'Asia e allo sviluppo del turismo *leisure* (cfr. la sezione 2.3).

Figura 3a – Quote di mercato delle entrate da viaggi internazionali sul totale mondiale: Italia e principali paesi UE

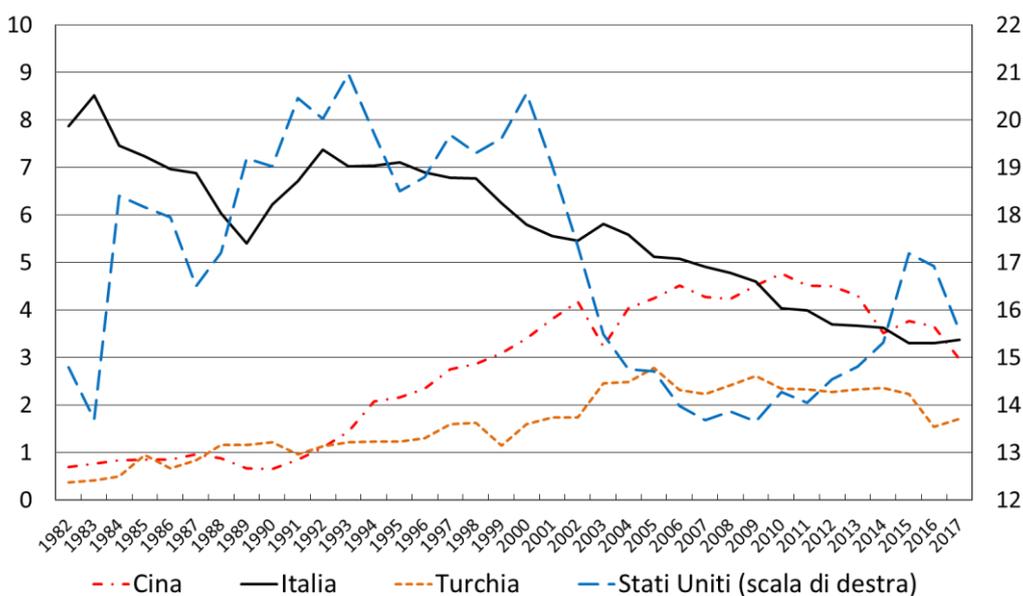
(valori percentuali; dati a prezzi e cambi correnti)



Fonte: elaborazioni su dati WTO e, per la Francia, BCE e Banque de France.

Figura 3b – Quote di mercato delle entrate da viaggi internazionali sul totale mondiale: Italia e principali paesi extra UE

(valori percentuali; dati a prezzi e cambi correnti)



Fonte: elaborazioni su dati WTO.

Gli Stati Uniti continuano a detenere la quota di mercato più elevata delle entrate da viaggi internazionali: nel 2017 si è attestata intorno al 16 per cento (fig. 3b). Dopo il ridimensionamento nel decennio precedente, riconducibile prima agli attacchi terroristici del

2001 e poi alla crisi internazionale, la quota degli Stati Uniti si è fortemente ripresa nel biennio 2015-16 per poi subire una riduzione, sulla quale potrebbero avere contribuito le restrizioni sui visti di ingresso da alcuni paesi a maggioranza musulmana introdotte all'inizio del 2017 (cosiddetto *Trump travel ban*).

La Cina si è aperta ai viaggi internazionali nella seconda metà degli anni novanta dopo un lungo periodo di restrizioni all'ingresso. La forte crescita della sua quota di mercato sembra tuttavia essersi interrotta all'inizio del decennio in corso: tra il 2010 e il 2017 si è ridotta di oltre un terzo.

Dagli anni novanta alcune destinazioni che in precedenza risultavano troppo costose, insicure e/o difficilmente raggiungibili, ad esempio la Turchia o i paesi della fascia tropicale, avevano puntato sul turismo come fattore di sviluppo mediante la creazione di infrastrutture dedicate al settore e una maggiore attenzione alla sicurezza dei viaggiatori stranieri. Per i paesi affacciati sulle sponde meridionali e orientali del Mediterraneo questa strategia si era effettivamente tradotta in una tendenza espansiva per le entrate turistiche, che si è tuttavia bruscamente interrotta all'inizio del decennio corrente: l'instabilità geopolitica, gli attentati e i conflitti seguiti alla "primavera araba" hanno fatto crollare i flussi turistici internazionali in quest'area, prima in Egitto e poi in Turchia¹¹. Questi flussi, legati prevalentemente alle vacanze balneari, si sono riorientati in buona parte verso destinazioni più "mature" dell'Europa mediterranea, in particolare Cipro, Croazia, Malta e Spagna e, in misura più contenuta, Italia e Grecia¹². I dati più recenti mostrano tuttavia una ripresa dei flussi turistici verso la sponda meridionale del Mediterraneo e la Turchia per il 2017¹³.

2.3 Gli andamenti delle entrate turistiche nei principali paesi dell'area dell'euro tra crisi internazionale e tensioni geopolitiche

I quattro maggiori paesi dell'area dell'euro in termini di PIL sono anche i primi esportatori di servizi turistici dell'area: Italia, Francia e Spagna sono relativamente simili e più specializzate sulle vacanze (balneari e in città d'arte, in particolare). La Germania, come già anticipato, è più orientata al turismo d'affari, anche se la rilevanza del comparto delle vacanze sta crescendo significativamente, grazie anche alla valorizzazione di alcuni poli di attrazione turistica, in particolare le città di Berlino e, più recentemente, Amburgo¹⁴ (e la presenza degli *hub* aeroportuali di Francoforte sul Meno e Monaco di Baviera che ha incentivato le visite turistiche da parte dei viaggiatori in transito).

I flussi turistici internazionali, dopo la forte contrazione manifestatasi in concomitanza con la crisi del biennio 2008-09, hanno ripreso a crescere a ritmo sostenuto (fig. 4).

Nell'ultimo biennio, tuttavia, l'andamento delle entrate nei diversi paesi è stato condizionato in modo eterogeneo dagli eventi geo-politici che stanno caratterizzando lo scenario internazionale: in Francia, nel biennio 2015-16, le entrate turistiche si sono contratte risentendo degli attacchi terroristici nel paese¹⁵. L'Italia e, in particolare, la Spagna hanno

¹¹ Tra il 2010 e il 2016 le entrate turistiche espresse in dollari dell'Egitto sono crollate dell'80 per cento. Nel biennio 2015-16 le entrate della Turchia si sono contratte di quasi il 40 per cento rispetto al 2014 (cfr. UNWTO, 2017).

¹² Cfr. Centro Studi TCI (2016), Unicredit - Centro Studi TCI (2017) e UNWTO (2017). Alfonso-Rodriguez e Santana-Gallego (2017) trovano inoltre una relazione causale tra l'aumento di attentati e di instabilità geopolitica nei paesi del Medio Oriente e Nord Africa e quello degli arrivi turistici dall'estero in Spagna nel periodo 2008-2015.

¹³ Cfr. UNWTO (2018).

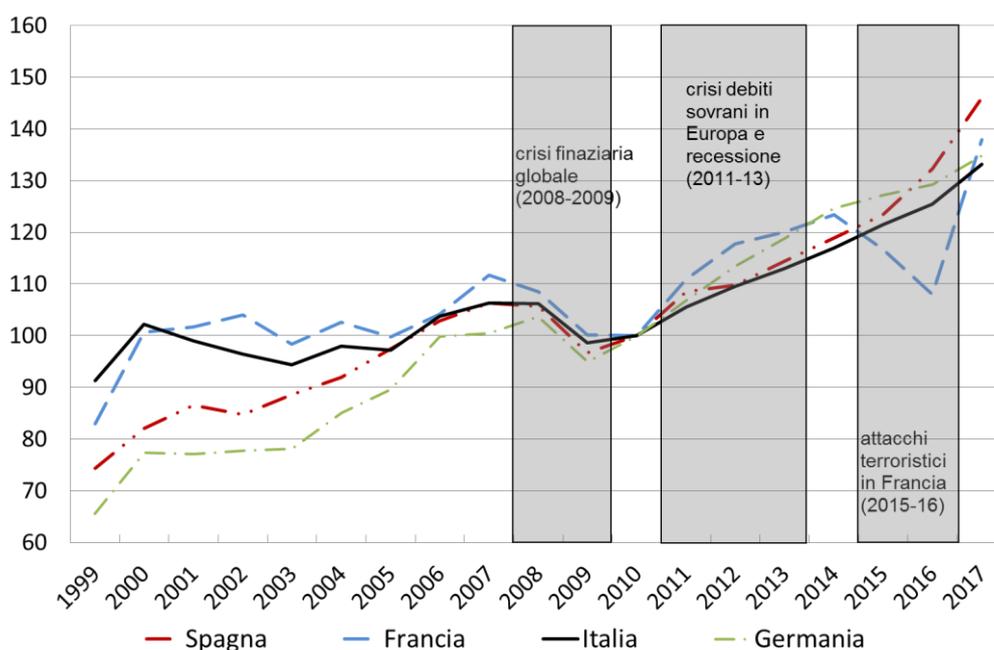
¹⁴ Cfr. il capitolo dedicato alla Germania in OCSE (2014).

¹⁵ In particolare, gli attacchi a Parigi nel 2015 e a Nizza nel 2016: cfr. Banque de France (2018, pagg. 8-9).

invece tratto beneficio della fase di instabilità geopolitica che sta caratterizzando alcuni paesi della sponda meridionale del Mediterraneo e il Medio Oriente, sostituendosi ad alcune di queste mete balneari¹⁶. La Germania, che aveva mostrato una performance relativamente migliore rispetto agli altri paesi nel periodo 2010-14, ha registrato successivamente un rallentamento, sul quale potrebbero avere influito, almeno per il 2016, i timori legati agli attacchi terroristici in quel paese.

La dinamica complessivamente positiva delle entrate turistiche dall'estero della Germania ha beneficiato soprattutto della capacità di intercettare l'espansione dei mercati asiatici e, in misura minore, dei paesi UE dell'Europa centrale e orientale. Oltre metà della crescita della spesa dei turisti stranieri in Germania tra il 2010 e il 2016 – ultimo anno per il quale sono disponibili i dati Eurostat per paese di provenienza – è stata generata dai viaggiatori asiatici e polacchi. La spesa riconducibile a turisti provenienti dall'Asia rappresentava il 14 per cento del totale nel 2016 e ha contribuito in media a 1,2 punti percentuali di crescita all'anno tra il 2010 e il 2016, a fronte di quote tra il 7 e l'8 per cento e contributi alla crescita di circa mezzo punto percentuale l'anno sia per l'Italia sia per la Francia.

Figura 4 – Entrate da viaggi internazionali dei principali paesi dell'area dell'euro
(dati a prezzi correnti; indici: 2010=100)



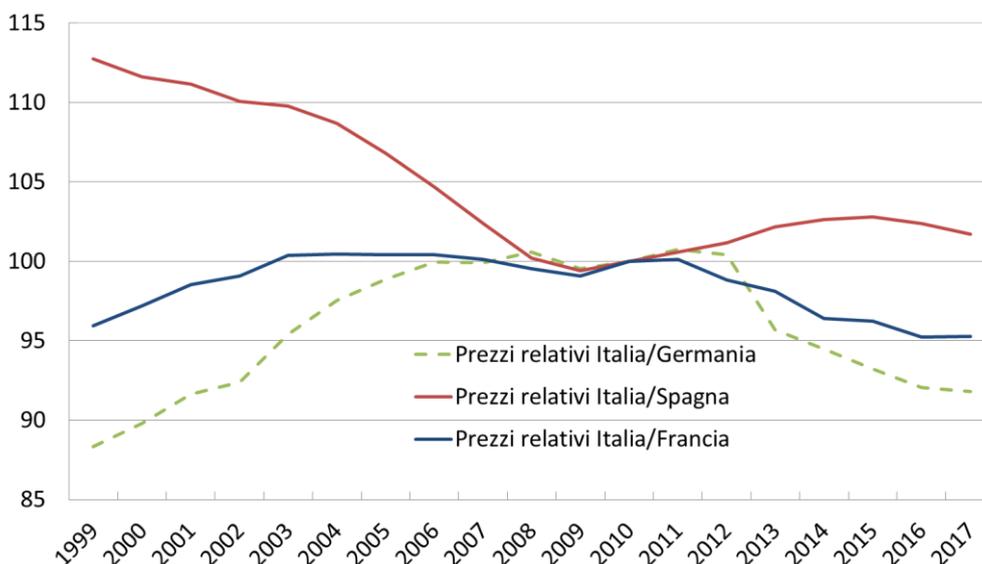
Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia, Banque de France ed Eurostat.

Nel 2012 l'Italia aveva già ampiamente recuperato la caduta delle entrate in termini nominali determinata dalla crisi globale; nel 2017 le entrate turistiche dall'estero erano di circa 33 punti percentuali superiori al livello del 2010; di circa 22 punti percentuali in termini reali. Dal 2015 il numero di turisti pernottanti che hanno visitato il nostro paese ha per la prima volta superato i 50 milioni. Per quanto riguarda i paesi concorrenti, la performance della Spagna è stata ancor più favorevole: nel 2017 le entrate hanno superato di 46 punti

¹⁶ Nel 2017 la fase di contrazione dei flussi turistici verso le destinazioni concorrenti del Mediterraneo meridionale e del Medio Oriente si è interrotta e vi è stata una ripresa delle entrate e delle presenze nelle principali destinazioni di quest'area (cfr. la sezione 2.2).

percentuali il livello del 2010. Per la Francia e la Germania, invece, il recupero è stato più simile a quello dell'Italia e pari rispettivamente al 38 e al 35 per cento.

Figura 5 – Prezzi relativi dell'Italia rispetto a Francia, Spagna e Germania: servizi alberghieri e di ristorazione (1)
(indici: 2010=100)



Fonte: elaborazioni su dati Eurostat.

(1) Rapporto tra l'indice dei prezzi al consumo armonizzato dei servizi alberghieri dell'Italia e i corrispondenti indici per la Francia, la Spagna e la Germania; una riduzione indica un aumento della competitività di prezzo dell'Italia rispetto al paese concorrente.

Il confronto della competitività di prezzo (misurata sulla base dell'indice dei prezzi al consumo degli alberghi, delle altre strutture ricettive e dei ristoranti)¹⁷ tra l'Italia e gli altri tre paesi mostra che dal 2008 in poi le strutture alberghiere e ricettive italiane sono diventate relativamente più competitive rispetto a quelle tedesche e francesi (Fig. 5). Le politiche di prezzo degli albergatori italiani, che hanno mantenuto i listini sostanzialmente stabili, sembrerebbero quindi avere risentito più che in Francia e in Germania della crisi e della crescente pressione competitiva derivante dallo sviluppo dell'offerta di strutture extra-alberghiere attraverso applicazioni informatiche (Airbnb¹⁸ e altri operatori con un modello di business analogo). L'evoluzione dal 2010 della competitività di prezzo delle strutture italiane è stata invece simile a quella delle spagnole.

3. Le caratteristiche dei viaggiatori stranieri pernottanti in Italia

L'analisi del turismo internazionale distingue tra viaggiatori pernottanti ed escursionisti; i secondi sono viaggiatori che visitano un paese estero in giornata, senza pernottarvi. Sono

¹⁷ Il prezzo dei servizi alberghieri ovviamente non è l'unica determinante delle scelte dei viaggiatori, ma l'alloggio è una delle voci di spesa più rilevanti nel budget complessivo del viaggio. Inoltre la relazione tra prezzi delle destinazioni e scelte dei consumatori di servizi turistici è molto complessa, in quanto il livello dei prezzi costituisce anche un segnale del livello qualitativo dei servizi: cfr., ad esempio, Masiero e Nicolau (2012).

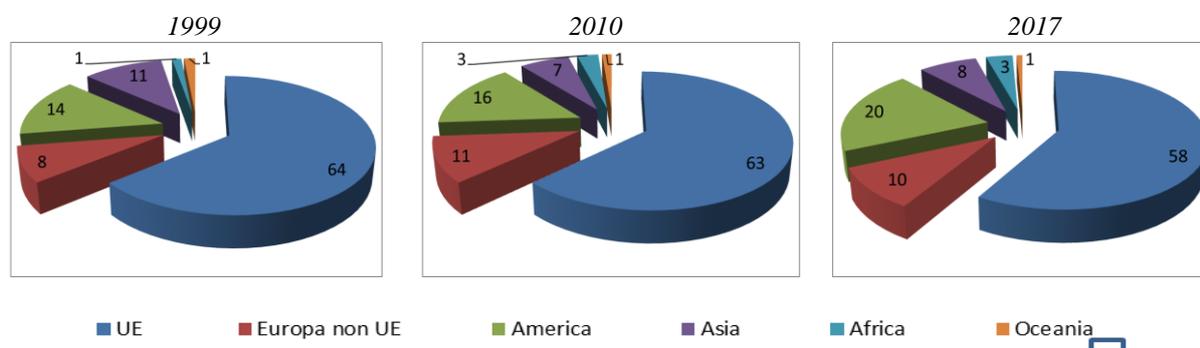
¹⁸ Secondo un rapporto di Airbnb (2016), nel 2015 in Italia vi erano 83.300 *host* attivi (persone che hanno concesso in affitto appartamenti interi o camere almeno una volta nell'anno sulla piattaforma internet di Airbnb), a fronte di 3,6 milioni di clienti, dei quali quasi il 70 per cento proveniente dall'Europa (Italia inclusa).

categorie strutturalmente molto diverse sotto molteplici aspetti; oltre che per la durata del viaggio, differiscono infatti per il motivo del viaggio, per il mezzo di trasporto utilizzato, per spesa media giornaliera e per macro-regione visitata¹⁹. Alla luce di queste specificità degli escursionisti, e del loro peso molto limitato sulle entrate complessive²⁰, questa sezione si concentra sui turisti (i viaggiatori pernottanti).

3.1 La provenienza delle entrate, la durata dei viaggi e la spesa pro capite giornaliera

Le entrate turistiche dell'Italia, come quelle degli altri paesi europei, provengono soprattutto dagli stati più vicini, i cui residenti sono favoriti dalla ridotta distanza e, nel caso dei paesi della UEM, dalla moneta comune nell'effettuare viaggi nel nostro paese; circa metà delle entrate turistiche complessive è generata da viaggiatori provenienti dalla UE (fig. 6).

Figura 6 – Spesa degli stranieri pernottanti per area di provenienza
(valori percentuali)



Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia.

Tra il 2010 e il 2017 la spesa dei viaggiatori stranieri pernottanti in Italia è cresciuta del 4,3 per cento medio annuo (tav. 2), principalmente grazie all'aumento del numero di viaggiatori, oltre che della spesa media giornaliera. La durata media del viaggio si è invece ridotta da 7,1 a 6,3 giorni, seguendo una tendenza piuttosto comune in Europa e legata anche alla crescente diffusione dei voli low cost. Questi ultimi hanno reso più accessibili i viaggi in aereo da parte delle fasce di clientela più giovani e/o a minore reddito, generalmente caratterizzate da durate del viaggio più brevi²¹. Inoltre, lo sviluppo dei voli low cost ha contribuito a ridurre l'incidenza dei costi di trasporto sul budget complessivo per la vacanza²² e ad accrescere l'accessibilità delle destinazioni turistiche, in particolare quelle "secondarie", favorendo la diffusione dei viaggi brevi (*short-break*) a parità di altre caratteristiche dei

¹⁹ Nel caso dell'Italia, l'escursionista tipico arriva in Italia in automobile, con la motivazione principale di fare acquisti nel nostro paese (*shopping*), visita una regione del nord e sostiene una spesa giornaliera inferiore alla media, anche in virtù del fatto che non alloggia. Un'altra diffusa tipologia di viaggiatore internazionale non pernottante è quella del lavoratore transfrontaliero, che effettua pendolarismo tra la sua residenza estera e il posto di lavoro in Italia. Anche questa è esclusa dall'analisi in questo capitolo.

²⁰ Nel 2017 gli escursionisti rappresentavano il 35,2 per cento dei viaggiatori stranieri in Italia, ma solo il 5,6 per cento delle entrate.

²¹ Il reddito dei viaggiatori è solitamente correlato positivamente con la durata del viaggio: cfr., per l'Italia, Salmasi *et al.* (2012).

²² Secondo gli standard dell'FMI relativi alla bilancia dei pagamenti (cfr. FMI 1993 e 2009), la spesa per i trasporti internazionali sostenuta dai viaggiatori è registrata nella voce "servizi di trasporto internazionali" e non in quella "viaggi", ma ovviamente ha un ruolo rilevante nelle decisioni dei viaggiatori sulle spese complessive e sulle destinazioni.

viaggiatori. L'effetto complessivo è stato un aumento del numero di viaggi complessivi e una riduzione della loro durata media²³.

Tavola 2 – Viaggiatori stranieri pernottanti in Italia: variazione della spesa e delle sue componenti (2010-17)

	Var. % annua media 2010-2017				Quota % sul totale nel 2017		Spesa media pro capite giornaliera nel 2017 (in euro)	Durata media del viaggio nel 2017 (in notti)
	Spesa	Viaggiatori	Spesa media pro capite giornaliera	Durata media viaggio	Spesa in % del totale	viaggiatori in % del totale		
Paesi UE-28	3,2	4,0	1,0	-1,8	58,5	74,2	86	5,8
Austria	1,7	1,3	0,3	0,0	4,3	6,3	94	4,5
Francia	5,3	5,8	1,7	-2,2	9,4	12,3	89	5,4
Germania	5,2	4,7	1,2	-0,7	17,4	21,2	86	6,0
Paesi Bassi	3,2	4,0	1,1	-1,8	3,1	3,6	82	6,7
Regno Unito	5,7	6,5	0,8	-1,6	8,1	8,4	100	6,1
Spagna	-0,8	0,7	-2,1	0,6	3,5	4,5	71	6,9
Altri paesi UE	0,1	3,1	1,0	-3,9	12,7	17,9	80	5,6
Paesi extra UE	6,0	4,7	3,1	-1,7	41,5	25,8	131	7,7
Australia	7,8	5,1	3,0	-0,5	3,1	1,3	152	9,7
Canada	10,8	6,7	3,9	0,0	3,3	1,5	140	10,0
Cina, R.P.	11,5	12,4	0,5	-1,2	1,2	0,5	116	11,6
Giappone	9,6	1,3	7,8	0,3	2,8	0,7	253	10,4
Russia	3,2	7,6	-3,2	-0,9	2,8	1,7	153	6,7
Stati Uniti	6,0	5,3	2,5	-1,8	12,1	5,7	137	9,7
Svizzera	1,2	0,5	2,2	-1,4	4,2	5,6	102	4,6
Altri paesi extra UE	6,2	6,7	4,0	-4,2	12,0	8,7	116	7,5
Totale	4,3	4,2	1,8	-1,7	100,0	100,0	100	6,3

Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia.

Negli anni più recenti la tendenza delle compagnie di linea a offrire servizi sempre più simili a quelli delle concorrenti low cost e la crescente capacità di queste ultime nel catturare nuovi segmenti di clientela stanno riducendo le differenze tra le caratteristiche socio-economiche e le preferenze delle rispettive clientele; questo si starebbe riflettendo anche in una convergenza della durata media del viaggio tra i due gruppi²⁴. Infine, incidono anche i motivi del viaggio: la riduzione del peso relativo delle vacanze balneari, caratterizzate da durate medie più elevate rispetto alla maggioranza degli altri tipi di viaggio, ha infatti altresì contribuito al calo della durata media complessiva dei viaggi in Italia (cfr. la sezione 3.2).

Tradizionalmente la Germania è il principale mercato di provenienza del turismo internazionale pernottante in Italia; è del resto il paese europeo più popoloso, con oltre 80 milioni di abitanti, con un elevato tenore di vita e con una forte tradizione di viaggi nel nostro paese. Tuttavia, già a partire dai primi anni 2000, la spesa e il numero dei turisti provenienti dalla Germania sono andati diminuendo, a favore soprattutto delle nuove destinazioni balneari, come Croazia ed Egitto. Ne ha risentito in particolare il Nord Est, dove si concentrano le destinazioni preferite dai turisti tedeschi. Negli ultimi anni questa tendenza si è interrotta per effetto dell'instabilità nell'area del Medio Oriente e Nord Africa: tra il 2010 e il

²³ Cfr., per l'Italia, Di Giacinto e Migliardi (2013) e, per la Spagna, Martínez-García e Raya (2008).

²⁴ Cfr., per la Spagna, Ferrer-Rosell *et al.* (2014).

2017 le entrate dalla Germania sono cresciute del 5,2 per cento medio annuo, nonostante una lieve contrazione della durata media della permanenza dei turisti tedeschi in Italia. La ripresa dei flussi turistici verso la Turchia e l'Egitto registrata nello scorso anno segnala tuttavia che l'impatto di questo fattore favorevole sui flussi turistici verso l'Italia e le altre destinazioni europee affacciate sul Mediterraneo sta iniziando ad attenuarsi.

La quota della spesa dei viaggiatori provenienti dalla Francia, il nostro secondo mercato europeo, è cresciuta tra il 2010 e il 2017 dall'8,8 al 9,4 per cento. La riduzione della durata media del viaggio è stata più che compensata dalla crescita dei viaggiatori e della spesa media pro capite giornaliera.

Il Regno Unito è il terzo paese della UE per spesa turistica in Italia; la sua incidenza sul totale delle entrate è cresciuta dal 7,4 nel 2010 all'8,1 per cento nel 2017. Il numero di visitatori britannici è cresciuto di oltre il 50 per cento tra il 2010 e il 2017 ed è aumentata la spesa media pro capite giornaliera, che continua a rimanere la più elevata tra i maggiori paesi UE. La durata media dei viaggi si è invece contratta anche per questo paese. L'andamento futuro delle entrate turistiche da questo importante mercato dipenderà in misura rilevante anche dall'esito dei negoziati sulla "Brexit", in particolare per quanto riguarda la mobilità delle persone.

Gli Stati Uniti sono la seconda nazione di origine della spesa turistica nel nostro paese – la prima extra UE – con una quota di circa il 12 per cento del totale generato dai viaggiatori pernottanti. In particolare, dal 2010 le spese dei cittadini statunitensi sono cresciute a un tasso medio annuo (6,0 per cento) più elevato rispetto al totale, seppur in linea con quello del complesso dei paesi esterni alla UE. La dinamica delle entrate è stata sostenuta soprattutto dalla ripresa della spesa media giornaliera pro capite, oltre che dall'aumento del numero di viaggiatori; la durata media dei viaggi si è invece leggermente ridotta da 11,0 giorni nel 2010 a 9,7 giorni nel 2017.

Tra i paesi BRIC (Brasile, Russia, India e Cina) e gli altri mercati emergenti rimangono piuttosto marginali per il nostro paese il Brasile e l'India, mentre rivestono una rilevanza crescente i turisti russi, cinesi e più in generale asiatici: la quota di questi ultimi risulta tuttavia ancora relativamente limitata (circa l'8 per cento sul totale delle entrate) rispetto al potenziale di quell'area e, ad esempio, inferiore al corrispondente peso della spesa di questi viaggiatori in Germania (circa il 14 per cento).

Tra il 2010 e il 2017 le entrate dal Giappone sono cresciute a un tasso medio annuo di quasi il 10 per cento, recuperando tuttavia solo in parte la forte caduta dello scorso decennio, che aveva riflesso la lunga stagnazione economica del paese e, durante lo scorso decennio, il forte deprezzamento dello yen nei confronti dell'euro. Nel 2017 la quota delle spese turistiche dei cittadini giapponesi era ancora contenuta e pari al 2,8 per cento del complesso delle entrate dell'Italia. La spesa pro capite giornaliera media dei viaggiatori nipponici nel nostro paese rimane la più elevata tra i principali mercati di provenienza (253 euro nel 2017).

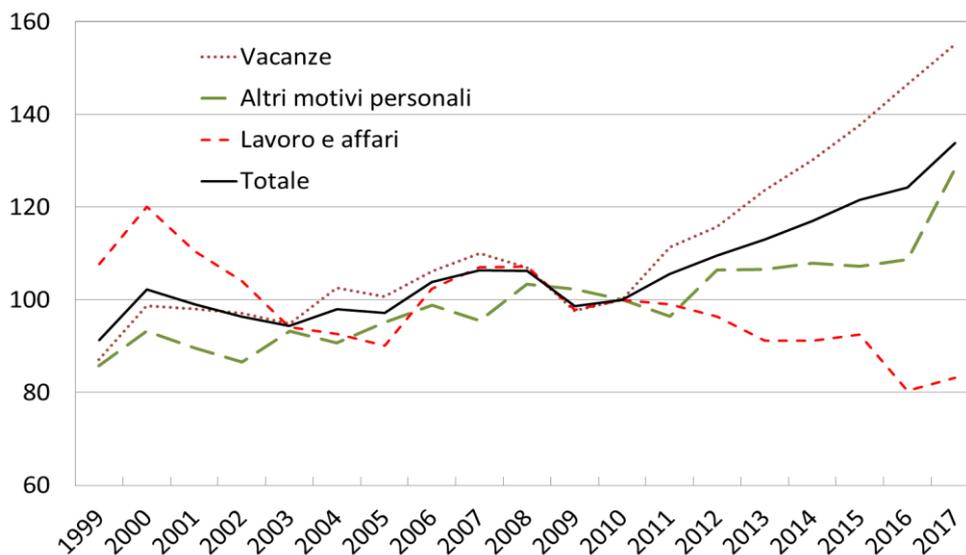
3.2 Le strutture ricettive utilizzate e i motivi del viaggio

Le statistiche sul turismo internazionale distinguono fra tre principali motivazioni alla base del viaggio: vacanze, altri motivi di personali (quali visita a parenti e amici, viaggi di nozze, shopping, studio, cure mediche, pellegrinaggi) e motivi di lavoro (*business travel*).

Oltre la metà dei viaggiatori stranieri che pernottano in Italia sono vacanzieri. Le loro spese rappresentavano il 66,4 per cento del totale di quelle sostenute dagli stranieri pernottanti in Italia nel 2017; dal 2010 le spese dei vacanzieri sono aumentate del 6,5 per cento medio annuo a prezzi correnti (fig. 7). La crescita media annua delle spese di chi ha viaggiato per

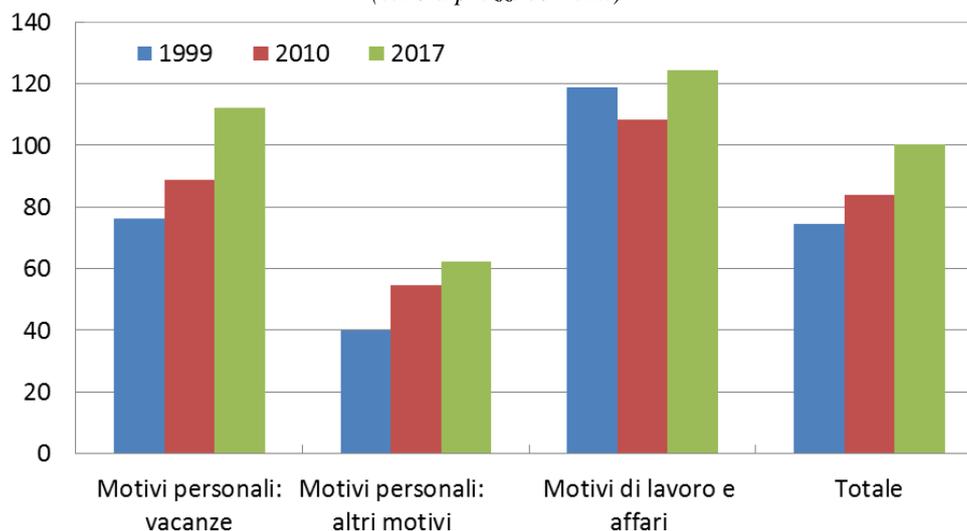
altri motivi personali (visite a parenti e amici e altri motivi) è stata più contenuta. La spesa dei viaggiatori d'affari si è invece ridotta rispetto al 2010; il peso di questa tipologia di spesa sul totale è passato dal 21,8 al 13,6 per cento. I viaggi d'affari continuano tuttavia a rappresentare un segmento di turismo particolarmente redditizio, per effetto di una spesa media giornaliera più elevata di quella degli altri turisti e in ripresa rispetto al 2010 (fig. 8).

Figura 7 – Spesa degli stranieri pernottanti in Italia per motivo del viaggio
(prezzi correnti; indici: 2010=100)



Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia.

Figura 8 – Spesa media giornaliera degli stranieri pernottanti in Italia per motivo principale del viaggio
(euro a prezzi correnti)



Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia.

Le vacanze in città d'arte e culturali sono la tipologia di vacanza con il peso più elevato sulla spesa dei turisti stranieri e quella che ha maggiormente contribuito alla crescita delle entrate turistiche totali nel decennio corrente. Tale peso è cresciuto marcatamente dal 2004, primo anno per il quale sono disponibili questi dati, raggiungendo il 60 per cento della spesa

per vacanze nel 2017 (tav. 3)²⁵. Negli anni più recenti la crescente domanda è stata assecondata dall'ampliamento dell'offerta di strutture ricettive private resa possibile dallo sviluppo di applicazioni informatiche di prenotazione (Airbnb e simili): nel 2017 oltre un quinto dei pernottamenti dei turisti che hanno visitato una città d'arte sono avvenuti in bed & breakfast e case in affitto²⁶.

Il turismo culturale è per sua natura concentrato territorialmente, nelle città e nei siti dotati di patrimonio artistico e culturale. In Italia, la concentrazione è aumentata nel tempo: tra il 2010 e il 2017 la quota delle prime cinque province (Roma, Venezia, Firenze, Milano e Napoli) sul totale nazionale delle entrate per viaggi di arte e cultura è cresciuta dal 65 al 69 per cento; la corrispondente quota sul totale dei pernottamenti dal 59 al 62 per cento²⁷. Il turismo culturale fornisce un rilevante contributo allo sviluppo turistico, ma a causa della sua elevata concentrazione in centri urbani può generare congestione e pressioni inflazionistiche sui mercati abitativi locali²⁸.

Tavola 3 – Spesa per motivo della vacanza (1)
(composizione percentuale)

Motivo vacanza	2004	2010	2016
Vacanza al mare	21,2	21,2	20,1
Vacanza in montagna	10,8	6,6	4,7
Vacanza al lago	8,4	8,5	9,1
Vacanza culturale in una città d'arte	44,5	51,6	56,7
Vacanza verde, agriturismo	2,9	2,2	1,5
Vacanza sportiva	3,4	2,0	1,1
Vacanza enogastronomica	1,0	0,7	1,1
Altro	5,9	4,5	3,8
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia

(1) Sono esclusi i viaggiatori non pernottanti; il 2004 è il primo anno di disponibilità dei dati dettagliati per tipo di vacanza.

Nel 2017 il 42 per cento dei pernottamenti dei turisti che hanno visitato l'Italia sono avvenuti in albergo o villaggio turistico: dal 2010 e, soprattutto, dal 2013 il peso dei pernottamenti in tale tipologia di strutture ricettive è risultato in netta espansione dopo la riduzione del decennio precedente (tav. 4). Le strutture ricettive private (ospitalità presso parenti e amici, casa di proprietà o in affitto, inclusi i bed & breakfast e gli agriturismi) assorbono quasi il 46 per cento del totale dei pernottamenti, con le rimanenti forme di

²⁵ Sul turismo internazionale *leisure* in Italia e, in particolare, sulle caratteristiche dei viaggi di vacanza in "città d'arte e culturali" cfr. Filippone *et al.* (2018).

²⁶ Dal punto di vista statistico, gli affitti brevi di stanze o appartamenti privati effettuati su piattaforme informatiche andrebbero classificati nella voce "case in affitto", ma è plausibile che una parte non trascurabile degli intervistati che hanno scelto questa tipologia di sistemazione risponda - anche per assonanza - di aver pernottato presso strutture bed & breakfast. Sulla diffusione di Airbnb in Italia, cfr. Airbnb (2016); per il caso della Toscana, cfr. Banca d'Italia (2017, pp. 14-16).

²⁷ Sulla concentrazione territoriale del turismo internazionale per vacanze in Italia cfr. Filippone *et al.* (2018): l'indice di concentrazione di Herfindahl - calcolato sui pernottamenti a livello comunale e che varia tra zero, nel caso di equidistribuzione, e uno, nel caso di massima concentrazione - risulta nettamente più elevato per le vacanze in città d'arte e cultura (0,13 nel 2017) rispetto alle altre tipologie di vacanza (0,04 la media di tutti i viaggi di vacanza).

²⁸ Cfr., ad esempio, Elíasson e Ragnarsson (2018).

ospitalità (come campeggio, ostello della gioventù, comunità, casa di cura) che si attestano intorno al 12 per cento.

Tavola 4 – Ripartizione del numero di pernottamenti dei viaggiatori stranieri per tipo di struttura ricettiva utilizzata

(composizione percentuale; milioni di pernottamenti per il totale)

Tipologia struttura	1999	2010	2017
Albergo, villaggio turistico	39,1	35,8	42,2
Ospite di parenti, amici	18,5	21,9	18,9
Casa di proprietà o in affitto (1)	27,4	28,2	18,9
Altro (2)	15,0	14,1	20,0
Totale	331	312	368

Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia

(1) Include agriturismi e bed & breakfast. - (2) Motocaravan e camper, nave, ostello della gioventù, comunità, casa di cura, altro.

4. La domanda potenziale turistica dell'Italia e delle sue macro aree

4.1 L'Italia

Come visto nella sezione 2.2, negli ultimi decenni destinazioni “mature” come l'Italia, la Francia e, in misura minore, la Spagna hanno subito un'intensa riduzione della propria quota di mercato sulla spesa turistica mondiale, anche come conseguenza dello sviluppo di nuove destinazioni e della crescita di flussi turistici internazionali “regionali” circoscritti ad alcune aree geograficamente molto lontane dall'Europa (come l'Asia e in particolare l'Estremo oriente), che contribuiscono alla dinamica della domanda mondiale di servizi turistici ma non coinvolgono le destinazioni europee.

La capacità competitiva di un paese o territorio può quindi essere meglio valutata analizzando le entrate turistiche dall'estero in relazione a quelle “potenziali”, ovvero l'ammontare di entrate turistiche che si realizzerebbero se le entrate provenienti da ciascun paese partner crescessero allo stesso ritmo delle sue importazioni complessive di servizi turistici²⁹ (per gli aspetti metodologici si veda l'Appendice: “Metodologia per la stima della domanda potenziale di servizi turistici”). Questa metodologia, già utilizzata nell'analisi del commercio internazionale in beni³⁰, viene qui applicata per il calcolo della domanda potenziale di servizi turistici internazionali a prezzi e cambi correnti³¹ che si rivolge all'Italia e alle sue quattro macro aree (Nord Ovest, Nord Est, Centro e Sud-Isole).

Tra il 1999 e il 2017 le importazioni mondiali di servizi turistici, espresse in euro correnti, sono quasi triplicate, grazie all'ingresso nel mercato in qualità di viaggiatori di crescenti porzioni di residenti nei paesi emergenti, alla diffusione dei voli low cost e alla

²⁹ Nel valutare la domanda potenziale che si rivolge all'Italia l'ipotesi sottostante è dunque che, se le uscite turistiche di un certo paese partner crescono a un determinato ritmo, anche le entrate per l'Italia da quel paese dovrebbero crescere allo stesso tasso.

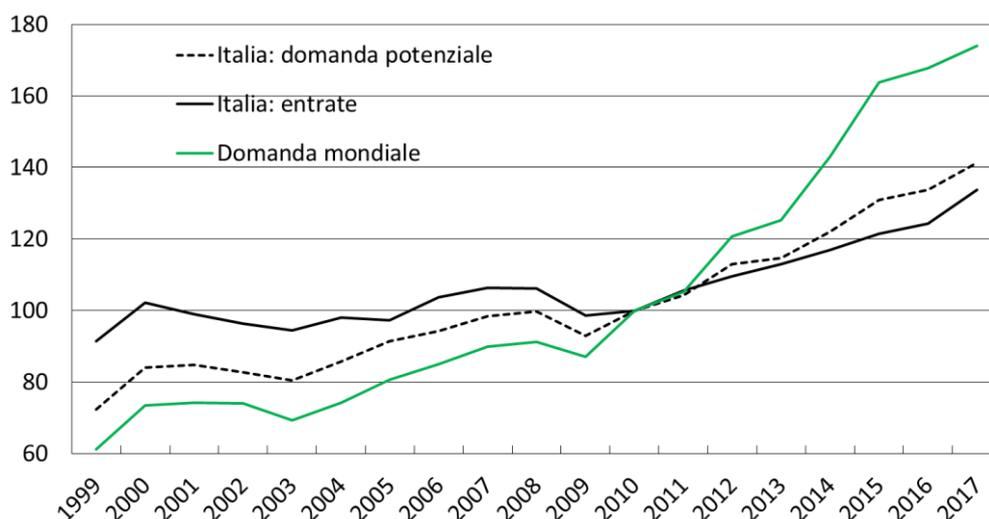
³⁰ Cfr., per le esportazioni di beni delle macro aree italiane, Banca d'Italia (2017, pagg. 18-20).

³¹ La domanda potenziale espressa a prezzi cambi correnti risente ovviamente delle oscillazioni dei cambi e non tiene conto delle differenti dinamiche dei prezzi nei vari mercati; nelle analisi di medio-lungo periodo, come questo lavoro, l'utilizzo dei dati prezzi correnti ha tuttavia il vantaggio di tenere conto in modo più compiuto di variazioni nella qualità e nella composizione dei servizi turistici acquistati nei vari paesi.

crescita del reddito mondiale. La domanda potenziale direttamente rivolta all'Italia, che è determinata soprattutto dalla spesa dei viaggiatori provenienti dai paesi della UE³², nello stesso periodo è solo raddoppiata mentre la crescita delle entrate turistiche effettive è stata ancora più contenuta (47 per cento).

Dal 2010 la domanda mondiale di servizi turistici internazionali ha fortemente accelerato all'8,2 per cento medio annuo (dal 4,6 per cento del periodo 1999-2010; fig. 9), con il contributo rilevante dei viaggi internazionali "regionali" in Asia e in altri mercati lontani dall'Europa. Per questo motivo la domanda potenziale rivolta al nostro paese ha registrato un'accelerazione più moderata (dal 3,0 medio annuo negli anni 1999-2010 al 5,1 nel periodo 2010-17). Il rafforzamento della dinamica delle entrate dell'Italia è stato più marcato (dallo 0,8 al 4,3 per cento, rispettivamente, nella media dei due periodi) e ha pertanto consentito di ridurre significativamente il divario di crescita con la domanda potenziale.

Figura 9 – Domanda potenziale ed entrate da turismo internazionale dell'Italia
(dati in euro a prezzi correnti; indici: 2010=100)



Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia e World Trade Organization.

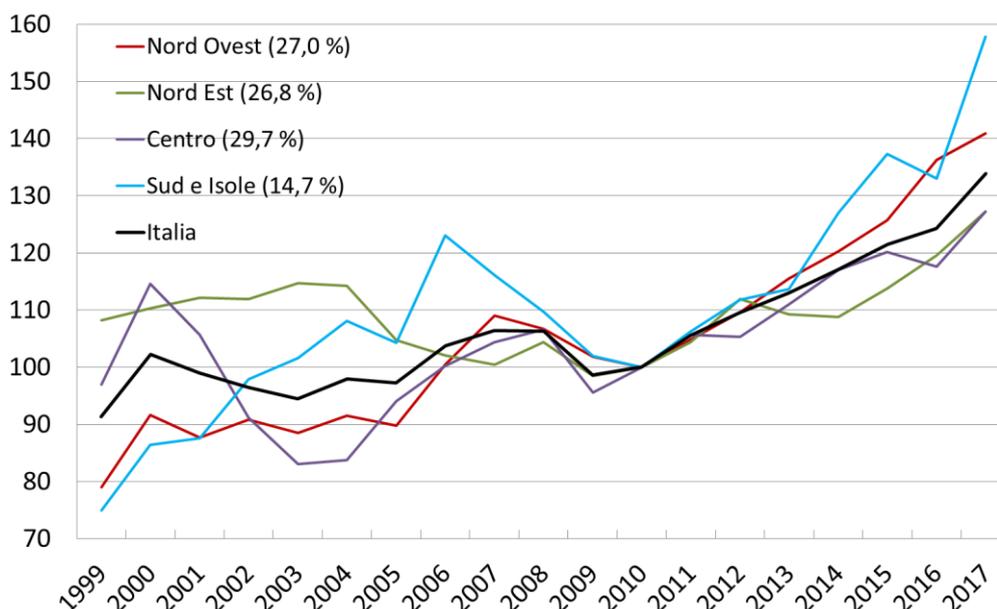
Mentre nel periodo 1999-2010 il principale contributo negativo al divario di crescita tra la domanda potenziale e le entrate effettive dell'Italia era derivato dal primo mercato di provenienza dei viaggiatori stranieri in Italia, cioè la Germania, dopo il 2010 le spese correnti dei viaggiatori tedeschi all'estero sono cresciute a un ritmo maggiore in Italia che nel resto del mondo. Anche per effetto dell'instabilità geopolitica nei paesi del Nord Africa e del Vicino e Medio Oriente si è quindi arrestata la perdita di quote sul mercato tedesco del settore turistico italiano, in particolare balneare, con le cautele indotte dalle evoluzioni per il 2017 riportate nel paragrafo 3.1. Sempre tra il 2010 e il 2017, anche le spese dei viaggiatori francesi in Italia sono cresciute a un ritmo superiore rispetto a quelle nel resto del mondo (rispettivamente, 5,1 e 3,4 per cento l'anno). A spiegare buona parte del divario di 0,8 punti percentuali l'anno, nella media 2010-17, tra la dinamica della domanda potenziale e quella delle entrate in Italia sono altri mercati europei di provenienza dei turisti, principalmente la Svizzera e la Spagna. Anche le entrate dagli Stati Uniti, nonostante un andamento molto vivace, sono cresciute meno della domanda di servizi turistici di quel paese, fornendo un contributo negativo al divario per 0,3 punti percentuali l'anno.

³² Nel 2017 i paesi della UE generavano il 58 per cento delle entrate nazionali.

4.2 Le macro aree: andamenti delle entrate e domanda potenziale

Nel periodo 2010-17 entrate turistiche dell'Italia hanno registrato andamenti molto differenziati per macro-area, anche se accomunati da una decisa accelerazione rispetto al periodo 1999-2010: le entrate sono cresciute di oltre la metà nel Mezzogiorno, di circa il 40 per cento nel Nord Ovest, di oltre un quarto nel Centro e nel Nord Est (fig. 10). Ciononostante, la quota del Mezzogiorno sulle entrate turistiche complessive (14,7 per cento) continua a rimanere limitata anche nel confronto con il peso del PIL dell'area su quello complessivo del Paese (circa 23 per cento).

Figura 10 – Andamenti territoriali delle entrate da turismo internazionale (1)
(dati a prezzi correnti; indici: 2010=100; tra parentesi le quote percentuali sul totale nel 2017)



Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia.

(1) In parentesi le quote percentuali sul totale delle entrate turistiche nel 2017; le quote non sommano a 100 per la presenza di viaggi privi dell'informazione sulla destinazione visitata in Italia.

Si analizzano ora gli andamenti separatamente per ciascuna macro-area, confrontandone le entrate complessive da turismo internazionale con l'evoluzione della corrispondente domanda potenziale.

Nord Ovest - Le entrate turistiche dall'estero del Nord Ovest, che nel 2017 rappresentavano il 27,0 per cento del totale italiano, dopo un calo nel triennio 2008-2010 sono cresciute ininterrottamente dal 2011 e già l'anno seguente avevano recuperato il livello precedente la crisi. Negli anni successivi la dinamica delle entrate è risultata ben più sostenuta rispetto a quella media italiana e in linea con quella della domanda potenziale rivolta al territorio. Nel complesso, le entrate turistiche di questa macro-area erano cresciute del 5,0 per cento medio annuo tra il 2010 e il 2017³³. Anche la domanda potenziale rivolta all'area (aumentata del 5,5 per cento l'anno tra il 2010 e il 2017; fig. 11a) è stata più vivace rispetto a quella rivolta al complesso del Paese. Il divario di crescita tra entrate e domanda potenziale

³³ Dal 2014-15 il Nord Ovest è inoltre divenuto la seconda macro area italiana per introiti, sopravanzando il Nord Est.

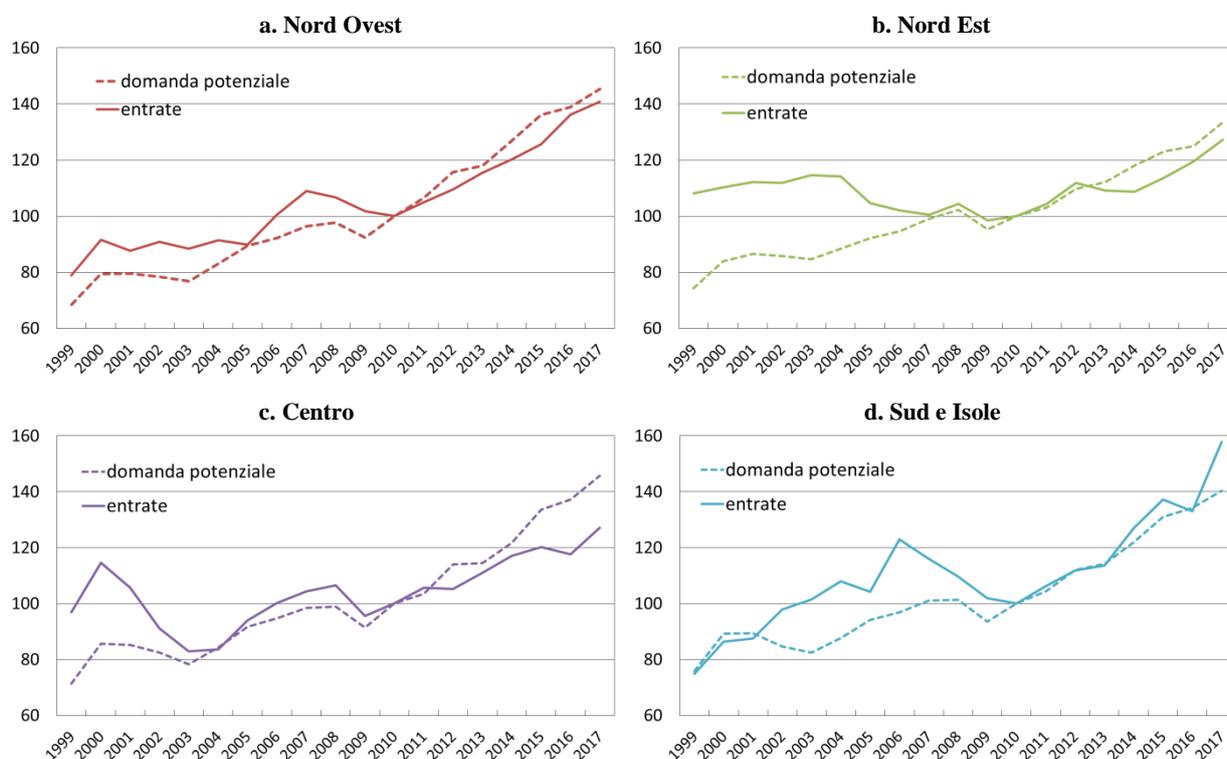
nell'intero periodo è risultato decisamente più contenuto rispetto a quelli del Nord Est e del Centro, mezzo percentuale l'anno in media tra il 2010 e il 2017.

Allo sviluppo del turismo in quest'area ha contribuito la forte crescita della spesa - soprattutto per turismo culturale - a Milano e Torino, oltre a quella nelle località di lago e di mare; avrebbero influito positivamente anche le opere infrastrutturali³⁴, il potenziamento della capacità ricettiva e le attività promozionali realizzati per le Olimpiadi invernali del 2006 a Torino, che hanno anche esercitato effetti positivi in termini di immagine e notorietà della città capoluogo come destinazione turistica di arte e cultura³⁵.

Le entrate dalla Germania e, in misura minore, dalla Francia sono cresciute nettamente di più rispetto alla spesa complessiva dei viaggiatori tedeschi e francesi nel resto del mondo, mentre le spese dei viaggiatori provenienti dalla Svizzera, dalla Spagna e dagli Stati Uniti hanno complessivamente generato un divario di crescita positivo tra domanda potenziale e spesa effettiva, pari a 1,4 punti percentuali l'anno in media.

Figura 11 – Domanda potenziale ed entrate da turismo internazionale delle macro aree italiane

(dati in euro a prezzi correnti; indici: 2010=100)



Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia e WTO.

Nord Est - Il Nord Est, la cui quota sul totale delle entrate dell'Italia era pari al 26,8 per cento nel 2017, è la macro-area che dal 1999 ha registrato la crescita delle entrate turistiche internazionali più debole; gli incassi a prezzi correnti del 2010 erano addirittura inferiori a

³⁴ Lavori di ampliamento e potenziamento delle rete stradale attorno a Torino, il primo tratto della linea metropolitana di Torino, impianti di risalita e altri impianti sportivi nelle località interessate dai Giochi.

³⁵ Cfr. Banca d'Italia (2017, pagg. 11-13), Osservatorio nazionale del turismo (2016) e Bondonio e Guala (2012).

quelli del 1999. Anche la domanda potenziale è cresciuta meno di quella relativa alle altre macro-aree (fig. 11b).

Il divario negativo di crescita rispetto alla domanda potenziale registrato tra il 1999 e il 2010 ha riflesso soprattutto la perdita di quote sul mercato tedesco, in particolare nel comparto balneare, e su quello spagnolo. Come nel Nord Ovest, l'andamento nel periodo successivo è stato decisamente più favorevole: le entrate sono cresciute del 3,5 per cento medio annuo tra il 2010 e il 2017 e il divario con la domanda potenziale si è ridotto a 0,7 punti percentuali annui. La crescita delle entrate dalla Germania, il primo mercato di provenienza, è stata superiore di un punto percentuale l'anno rispetto a quella delle spese complessive dei viaggiatori tedeschi nel resto del mondo. I maggiori contributi negativi al differenziale di crescita tra entrate e domanda potenziale sono invece provenuti dalla Svizzera e dalla Spagna.

Centro - Il Centro è la prima area geografica per entrate turistiche dall'estero (29,7 per cento del totale nazionale nel 2017), grazie soprattutto al turismo culturale. Negli anni precedenti la crisi le entrate turistiche in quest'area erano cresciute a un ritmo medio inferiore alla media nazionale. Dopo la contrazione nel 2009, la ripresa negli anni successivi è stata abbastanza vivace ma, con una temporanea interruzione nella seconda parte del 2016 che ha anche riflettuto gli eventi sismici nell'area appenninica a cavallo tra il Lazio, l'Umbria e le Marche (fig. 11c)³⁶.

Nel periodo 2010-17, all'andamento relativamente contenuto della spesa turistica internazionale nel Centro (3,5 per cento medio annuo), è corrisposta una dinamica vivace della domanda potenziale (5,5 per cento medio annuo), trainata soprattutto dalla forte crescita delle spese per viaggi all'estero degli Stati Uniti, il primo mercato turistico per quest'area. Ne è risultato un più ampio divario di crescita (2,0 per cento l'anno) tra entrate e domanda potenziale nel confronto tra le macro aree italiane. Le spese dei viaggiatori statunitensi, svizzeri, spagnoli, tedeschi e belgi spiegano interamente il ritardo di crescita rispetto alla domanda potenziale.

Sud e Isole – Le entrate turistiche del Mezzogiorno sono cresciute del 3,4 per cento medio annuo tra il 1999 e il 2008, a un ritmo quasi doppio rispetto alla media italiana. L'area ha beneficiato più delle altre dello sviluppo dei voli low cost, che ne hanno, almeno in parte, attenuato i problemi cronici di accessibilità³⁷. Nell'ultimo quindicennio hanno contribuito ad accrescere la capacità del Mezzogiorno di intercettare la crescita della domanda turistica anche l'aumento del numero dei posti letto e il miglioramento qualitativo delle strutture ricettive³⁸. Pur avendo subito una forte caduta nel 2009, negli anni successivi le entrate turistiche dall'estero hanno registrato una ripresa molto sostenuta, grazie al buon andamento della domanda favorito anche dalle turbolenze geopolitiche nelle mete turistiche della costa meridionale e orientale del Mediterraneo e del Mar Rosso.

Il Mezzogiorno è stata l'unica area italiana che ha registrato una crescita delle entrate superiore rispetto a quella della domanda potenziale (fig. 11d), soprattutto negli anni prima della crisi e nella media dell'ultimo triennio. L'andamento nel complesso del periodo è tuttavia ridimensionato dalla forte caduta delle entrate tra il 2007 e il 2010.

³⁶ Nel 2016 le entrate turistiche del Centro si sono ridotte del 2,2 per cento rispetto all'anno precedente.

³⁷ Cfr. Alivernini *et al.* (2013). L'effetto positivo della diffusione dei voli low cost e più in generale del potenziamento delle infrastrutture aeroportuali sarebbe continuato anche negli anni più recenti: David e Saporito (2017) stimano un impatto positivo sul turismo internazionale nella città di Ragusa in seguito all'apertura al traffico civile dell'ex aeroporto militare di Comiso avvenuta nel 2013.

³⁸ Cfr. Alivernini (2012).

Tra il 2010 e il 2017 le entrate del Mezzogiorno sono cresciute del 6,7 per cento medio annuo, a fronte di una dinamica della domanda potenziale del 5,0 per cento all'anno. Il principale contributo al divario positivo rispetto alla domanda potenziale è provenute dai viaggiatori francesi (0,7 punti percentuali); i viaggiatori britannici, tedeschi, statunitensi e olandesi hanno complessivamente contribuito per ulteriori 1,5 punti percentuali. Tra i principali mercati di provenienza, solamente la Svizzera ha fornito un significativo contributo negativo al differenziale di crescita (0,6 punti percentuali). Nonostante la dinamica delle entrate turistiche superiore rispetto alle altre macro aree e alla domanda potenziale, il peso del Mezzogiorno sul complesso delle entrate nazionali continua a rimanere contenuto, anche in relazione alla ricca dotazione di attrattive artistiche, culturali e naturali. Nel 2017 le spese dei turisti stranieri nell'area rappresentavano solamente il 14,7 per cento del totale nazionale (dal 10,2 nel 1999), una quota decisamente inferiore a quella del PIL territoriale, che costituiva circa il 23 per cento del prodotto interno italiano.

5. Conclusioni

Il turismo è un settore economico di grande rilevanza per l'Italia, un paese che è storicamente una delle principali destinazioni turistiche internazionali. Il settore contribuisce positivamente, in maniera strutturale, al saldo della bilancia dei pagamenti del Paese; nel 2017 le entrate turistiche rappresentavano il 2,3 per cento del PIL e il 40 per cento del totale delle esportazioni di servizi, una quota ben più elevata di quella media dei paesi dell'OCSE (21,3 per cento) e alla media mondiale (25,6 per cento; cfr. UNWTO, 2016).

Dopo la caduta nel periodo 2008-09 le esportazioni italiane di servizi turistici a prezzi correnti sono cresciute a tassi più sostenuti rispetto a quelli pre-crisi, raggiungendo nel 2017 un livello superiore di un terzo rispetto a quello osservato nel 2010. L'incremento è stato molto differenziato a livello geografico: più elevato per il Sud e le Isole - l'unica area dove le entrate turistiche sono cresciute più della domanda estera rivolta al territorio - e per il Nord Ovest, meno per il Centro e per il Nord Est. Il contributo del Mezzogiorno alle entrate turistiche complessive rimane tuttavia limitato rispetto alle possibilità del territorio e inferiore anche all'incidenza dell'area in termini di PIL.

Pur se sostenuta e sostanzialmente in linea con la domanda estera potenziale, la dinamica delle esportazioni italiane di servizi turistici tra il 2010 e il 2017 è simile a quella di Germania e Francia, ma meno vivace rispetto alla Spagna. Nello stesso periodo le strutture ricettive italiane hanno guadagnato competitività rispetto a quelle delle principali economie europee, per effetto di politiche di prezzo relativamente più elastiche sia al calo della domanda interna ed estera nella fase più acuta della crisi internazionale sia alla crescente pressione competitiva derivante dallo sviluppo dell'offerta di strutture extra-alberghiere attraverso applicazioni informatiche.

Un potenziamento della capacità del nostro paese di intercettare l'espansione della domanda di servizi turistici proveniente da mercati in forte crescita ma geograficamente e culturalmente più lontani, come quello asiatico, e un rafforzamento della competitività non di prezzo delle nostre destinazioni turistiche, anche attraverso opportune politiche di promozione coordinate a livello nazionale e mirate in base ai paesi di origine dei viaggiatori, potrebbero contribuire a ridurre l'elasticità della domanda dei servizi turistici italiani al prezzo³⁹.

³⁹ Cfr. Breda e Oddo (2018).

L'OCSE (2011), nella sua rassegna sul settore e sulle politiche turistiche dell'Italia, aveva indicato come obiettivi prioritari per il Governo, le Regioni e gli altri enti pubblici con competenze nelle politiche turistiche proprio il miglioramento del coordinamento e dell'efficacia delle politiche di promozione e finanziamento pubblico del turismo. L'ampliamento e la diversificazione dell'offerta nazionale attraverso la promozione di destinazioni con un alto potenziale - città d'arte, borghi, parchi, aree montane e protette, aree rurali - ma ancora non pienamente riconosciute come "mete turistiche" internazionali e la progettazione di itinerari interregionali in grado di connettere le aree di maggior attrazione con quelle a minore densità turistica potrebbero contribuire a ridurre la pressione antropica e la congestione in alcune delle destinazioni più frequentate, come le città d'arte, anche nel quadro degli obiettivi posti dalla "Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile" delle Nazioni Unite⁴⁰.

Una maggiore competitività deriverebbe anche da una maggiore capacità di sfruttare le tecnologie della comunicazione e informazione, dall'adeguamento della rete infrastrutturale e dalla definizione di un quadro normativo, regolamentare e organizzativo funzionale allo sviluppo. Infine, rimane ovviamente centrale lo sviluppo del turismo nel Mezzogiorno, l'area del Paese con il più ampio divario tra potenzialità e livello effettivo dell'attività turistica, migliorandone l'accessibilità e promuovendone in modo più efficace la considerevole dotazione artistica, culturale e naturalistica.

⁴⁰ Cfr. UNWTO (2015).

Bibliografia

- Airbnb (2016) “Fattore sharing: l’impatto economico di Airbnb in Italia”, <https://drive.google.com/file/d/0ByH87pJgTRGack9Oc3NjbHJOT3c/view>.
- Alfonso-Rodriguez J.A., M. Santana-Gallego (2017) “Is Spain benefiting from the Arab Spring? On the impact of terrorism on a tourist competitor country”, *Quality and quantity*, July.
- Alivernini A. (2012) “Una valutazione delle spese turistiche fra il Centro Nord e il Mezzogiorno (1998-2008)”, in *Rivista di economia e statistica del territorio*, n. 1.
- Alivernini A., E. Breda, E. Iannario (2014) “International tourism in Italy (1997-2012)”, *Questioni di Economia e Finanza*, Banca d’Italia, n. 220, luglio.
- Alivernini A., A. D’Ignazio, A. Migliardi (2013) “L’impatto dei voli low cost sulla spesa turistica degli stranieri in Italia”, in AA.VV. “Il turismo internazionale in Italia: dati e risultati”, *Seminari e Convegni della Banca d’Italia*, n. 12, marzo.
- Banca d’Italia (2017) “L’economia delle regioni italiane. Dinamiche recenti e aspetti strutturali”, *Economie regionali*, n. 23.
- Banque de France (2018) *2016 Annual Report. The French balance of payments and international investment position*.
- Bondonio P., C. Guala (2012) (a cura di) *Gran Torino. Eventi, turismo, cultura, economia*, Carocci editore, Roma.
- Breda, E., G. Oddo (2018) “L’elasticità della domanda turistica internazionale dell’Italia”, in *Rapporto ICE 2017-2018 - L’Italia nell’economia internazionale*, Agenzia per la promozione all’estero e l’internazionalizzazione delle imprese italiane, Roma.
- Centro Studi TCI (2016) “Come cambia il turismo nell’area del Mediterraneo”, www.touringclub.it, 1° luglio.
- David F., G. Saporito (2017) “L’impatto di un nuovo aeroporto sul turismo internazionale: il caso di Ragusa”, *Questioni di Economia e Finanza*, Banca d’Italia, n. 412, dicembre.
- Di Giacinto V., A. Migliardi (2013) “Vettori low cost e afflusso dei turisti internazionali: un’analisi cointegrata per l’Italia”, in AA.VV. “Il turismo internazionale in Italia: dati e risultati”, *Seminari e Convegni della Banca d’Italia*, n. 12, marzo.
- Elíasson, L., Ö.P. Ragnarsson (2018) “Short-term renting of residential apartments. Effects of Airbnb in the Icelandic housing market”, *Working paper*, no. 76, Central Bank of Iceland.
- Ferrer-Rosell B., E. Martínez-García, G. Coenders (2014) “Package and no-frills air carriers as moderators of length of stay”, *Tourism Management*, 42.

Filippone A., M. Gallo, P. Passiglia e V. Romano (2018) “Il turismo internazionale in Italia: destinazioni e caratteristiche dei viaggiatori”, *Questioni di Economia e Finanza*, Banca d’Italia, di prossima pubblicazione.

FMI (1993) *Balance of Payments Manual*, 5th edition.

FMI (2009) *Balance of Payments and International Investment Position Manual*, 6th edition.

Istat (2017), “Conto satellite del turismo per l’Italia – Anno 2015”, *Statistiche report*, Roma.

Martínez-García E., J.M. Raya (2008) “Length of stay for low-cost tourism”, *Tourism Management*, 29.

Masiero L., J.L. Nicolau (2012) “Price sensitivity to tourism activities: looking for determinant factors”, *Tourism Economics*, 18 (4).

OCSE (2011) “Italy: Review of Issues and Policies”, *OECD Studies on Tourism*.

OCSE (2014) *Tourism Trends and Policies 2014*.

Osservatorio nazionale del turismo (2016) “I mega eventi del 21esimo secolo in Italia: l’impatto nel turismo”, www.ontit.it, 2 dicembre.

Salmasi L., M. Celidoni, I. Procidano (2012) “Length of Stay: Price and Income Semi-Elasticities at Different Destinations in Italy”, *International Journal of Tourism Research*, 14.

Unicredit – Centro Studi TCI (2017) *Rapporto sul turismo 2017*.

UNWTO (2011) *Tourism towards 2030 – Global overview*.

UNWTO (2015) *Tourism and the Sustainable Development Goals*.

UNWTO (2016) *World Tourism Barometer*, Vol. 14, May.

UNWTO (2017) *World Tourism Barometer*, Vol. 15, June.

UNWTO (2018) *World Tourism Barometer*, Vol. 16, June.

Appendice - Metodologia per la stima della domanda potenziale di servizi turistici

La domanda potenziale per l'Italia e per le quattro macro-aree italiane è calcolata, per gli anni dal 2000 al 2017, come media ponderata delle variazioni rispetto all'anno precedente delle importazioni di servizi turistici (cioè la spesa all'estero dei viaggiatori residenti) dei primi 44 paesi partner per rilevanza sulle esportazioni italiane. Nel 2017 questi paesi rappresentavano il 95 per cento delle entrate turistiche italiane; per le macro aree, la copertura variava tra un minimo del 94 per cento (nel Nord Ovest e Centro) e un massimo del 97 (Sud e Isole).

La stima della domanda potenziale per la macroarea k , nei logaritmi, è data da:

$$\ln[DP_k(t)] = \sum_i q_{k,i}(t) \times \ln \left[\frac{M_i(t)}{M_i(t-1)} \right] / Q_k(t)$$

con $Q_k(t) = \sum_i q_{k,i}(t)$ e dove:

$M_i(t)$ sono le importazioni di servizi turistici del paese i nel periodo t ;

$q_{k,i}(t)$ è la media mobile a tre termini (calcolata tra gli anni $t-3$ e $t-1$) della quota del paese i sul totale delle entrate turistiche in valore dell'Italia o della macro-area (k).

I tassi di variazione annui della domanda potenziale italiana e delle macro-aree, approssimati dalle variazioni logaritmiche, vengono infine applicati all'anno base (1999=100), ottenendo così una serie della domanda potenziale sotto forma di numero indice.

Le importazioni di servizi turistici a prezzi e cambi correnti dei paesi partner sono ricavate dalla base dati sul commercio internazionale in servizi del World Trade Organization (WTO). La domanda mondiale, sempre di fonte WTO, è la somma (non ponderata) delle importazioni di servizi turistici di tutti paesi. I pesi dei paesi partner sul totale delle entrate turistiche in valore dell'Italia o delle macro aree sono calcolati dai dati dell'Indagine sul turismo internazionale della Banca d'Italia.