

Rapporto sul Turismo 2017 realizzato da UniCredit in collaborazione con il Touring Club Italiano

Un anno positivo per l'industria turistica mondiale L'Italia è il quinto Paese più visitato al mondo

Il turismo mondiale e quello italiano in particolare sono in continua crescita, nonostante molteplici fattori che ne hanno sfavorito l'incremento come la crisi globale, il terrorismo, i fenomeni migratori e l'affermazione di nuove forme di protezionismo in alcuni tra i principali Paesi a vocazione turistica.

“Le previsioni restano positive anche per i prossimi anni con prospettive di espansione nel medio termine” dichiara **Giovanni Ronca, Co-Responsabile delle attività di commercial banking per l'Italia di UniCredit**. *“UniCredit, anche attraverso il progetto “UniCredit4 Tourism” partito ad aprile 2015, rinnova e rafforza il proprio impegno a supportare l'industria turistica italiana, volano di sviluppo per l'economia nazionale. Ad oggi, all'interno del progetto, abbiamo già erogato oltre 1,3 miliardi di euro al settore turistico e acquisito circa 13.000 nuovi clienti”*.

“Il turismo in Italia sta vivendo un momento felice: stiamo raccogliendo i risultati della visibilità internazionale di EXPO e siamo agevolati dalla situazione nel Mediterraneo che penalizza la sponda Sud. Quest'ultimo, però, ci auguriamo possa essere uno scenario geopolitico transitorio” afferma **Franco Iseppi, presidente del Touring Club Italiano**. *“Occorre seguire quindi una via italiana al turismo che valorizzi i nostri attrattori, tradizionali e nuovi, e consolidi nel tempo i positivi risultati di questi anni anche in un contesto competitivo diverso dal quello attuale”*.

Tra i **principali trend** che emergono dal Rapporto sul Turismo 2017, **curato da UniCredit in collaborazione con Touring Club Italiano**, si rileva infatti come da qualche anno la **crisi del Mediterraneo** stia mettendo a rischio la sua attrattività complessiva enfatizzando un senso di scarsa sicurezza e penalizzando turisticamente alcune aree a favore di altre: nel 2016 la Francia ha subito un calo di arrivi internazionali, l'Egitto ha perso oltre il 40% dei flussi mentre la Turchia quasi il 30%. Da questa situazione, Cipro, Spagna, Malta e Croazia sembrano invece aver ricevuto notevoli benefici con tassi di crescita a doppia cifra.

L'esito del referendum britannico sulla Brexit e l'elezione di Donald Trump a presidente degli Stati Uniti sembrano invece fare emergere negli ultimi mesi l'idea che gli interessi interni possano prevalere sui rapporti con l'esterno. Questo stretto legame tra **turismo e sovranismo** ha creato una situazione non positiva per il settore dei viaggi e potrebbe avere ripercussioni sull'andamento e sulla distribuzione dei flussi: i primi dati provvisori 2016 segnano già una flessione degli arrivi internazionali negli USA del 2,3%.

Un altro fenomeno rilevato dal rapporto è l'**Overtourism** di alcune realtà come Venezia, Barcellona e da ultima l'Islanda dove il turismo si è trasformato in una minaccia per la sostenibilità ambientale e sociale. Non è dunque un caso che l'assemblea dell'Organizzazione delle Nazioni Unite abbia dichiarato il **2017 Anno Internazionale del Turismo Sostenibile** per favorire il dibattito su un tema globale di grande attualità.

Per quanto riguarda l'Italia, lo scorso 17 febbraio, il Consiglio dei Ministri ha approvato in via definitiva il PST, **Piano Strategico del Turismo 2017-2022** che traccia le linee di sviluppo del settore per i prossimi anni

individuando la visione per rilanciare la leadership del nostro Paese sul mercato turistico mondiale. Il documento è il risultato di un percorso che ha coinvolto tutti gli attori pubblici e privati operanti nel settore e ha posto l'attenzione sullo sviluppo sostenibile dei territori.

Il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo ha dichiarato così il **2017 Anno dei Borghi**, con l'obiettivo di valorizzare una parte ancora sconosciuta, ricca di storia e tradizioni capace di restituire al turista un'esperienza autentica. L'iniziativa "Borghi - Viaggio Italiano" è stata realizzata nell'ambito dei progetti interregionali di sviluppo turistico e condivisa da 18 regioni con capofila l'Emilia-Romagna insieme al MiBACT, per promuovere mille piccole realtà nazionali, dall'entroterra alla costa, all'insegna del turismo lento.

Per un turismo che si afferma come fenomeno globale, il tema dell'accessibilità attraverso **infrastrutture e trasporti** diventa quindi un requisito fondamentale per competere sul mercato. Nel nostro Paese è un annoso problema che ci fa scivolare in ventitreesima posizione nel recente *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017* del World Economic Forum.

MONDO

Con oltre 1,2 miliardi di arrivi internazionali il **2016 costituisce l'ennesimo anno dei record per il turismo** che, a livello globale, è evidentemente in grado di assorbire tutti quei fattori destabilizzanti che rischiano di mettere in crisi il settore dei viaggi: dagli attentati terroristici in Occidente alle tensioni geopolitiche in Medio Oriente. Le prime **previsioni per il 2017** lasciano ben sperare sul fatto che i flussi proseguiranno con il trend di crescita del recente passato, ovvero a un ritmo compreso tra il 3 e il 4%.

L'Europa resta la destinazione turistica più visitata dai viaggiatori internazionali: con circa 620 milioni di arrivi riceve, infatti, oltre il 50% dei flussi complessivi. Seguono Asia e Pacifico, poi l'America con 201 milioni di arrivi (16%). Asia-Pacifico, Africa e America registrano i tassi di crescita più elevati (tra il 4 e l'8% circa) mentre mostra una battuta d'arresto il Medio Oriente (-4,1%) e l'Europa tiene con una crescita limitata (+2%).

Guardando ai **Paesi più visitati al mondo**, in classifica si conferma **al primo posto la Francia** con 84,5 milioni di arrivi internazionali mentre l'Italia consolida la quinta posizione. I primi dati riferiti al 2016 fanno emergere gli effetti della difficile situazione internazionale: la Francia, infatti, presenta un trend in calo (-4%) mentre la Turchia ha visto una riduzione drastica dei flussi (-30%). Tra gli emergenti, **continua la crescita sostenuta del Messico** che per il secondo anno consecutivo, registra una positiva performance tra le dieci destinazioni che attraggono più turisti nel mondo.

Tra i **Paesi generatori di spesa per il turismo outgoing la Cina è al primo posto**, seguita da USA (112,9) e Germania (77,5). Si segnala la congiuntura negativa della Russia che scende al sesto posto in calo del 31% rispetto al 2014.

ITALIA

Nonostante sia ancora oggi spesso sottovalutato, il turismo risulta un driver decisivo per il nostro Paese. L'Italia è una delle mete più desiderate nell'immaginario collettivo di tanti stranieri e ciò ha una ricaduta economica considerevole: **nella classifica dell'Organizzazione Mondiale del Turismo siamo quinti per capacità attrattiva** con 50,7 milioni di arrivi internazionali e i dati 2016 del *World Travel and Tourism Council* certificano che **la nostra industria turistica vale 70,2 miliardi di euro (ovvero il 4,2% del Pil)** che salgono a 172,8 miliardi di euro (il 10,3% del Pil), se si aggiunge anche tutto l'indotto. Dal punto di vista occupazionale sono circa 2,7 milioni, infatti, i lavoratori nel settore.

Si conferma la **ripresa del turismo domestico** che più ha sofferto in questi ultimi anni degli effetti della crisi: gli arrivi italiani aumentano del 6,2% e le presenze del 4,8%. Per quanto riguarda l'**incoming**, la spesa turistica degli stranieri nel 2016, per il quinto anno dal 2012, **registra un altro record** raggiungendo quota 36,4 miliardi di euro.

Se **la Germania si conferma il nostro primo mercato di riferimento** (53,3 milioni), la vera novità è il forte incremento della Cina che, per la prima volta, entra nella top 10, con 5,4 milioni di presenze.

L'Italia soffre però di un'eccessiva concentrazione dei viaggiatori in alcune aree specifiche e in particolari periodi dell'anno. Dalla classifica dei principali Comuni per presenze totali, emergono chiaramente i **territori più frequentati dai turisti**: le città d'arte del Centro-Nord, in cui **Roma** ha ancora un ruolo dominante rispetto alle altre destinazioni urbane, seguita da **Milano** che si conferma da anni in crescita e che ha ricevuto grazie a **Expo** una spinta importante, e la **costa adriatica veneta e romagnola**. Entra per la prima volta nella top 10 la città di **Torino**.

Una sezione del Rapporto si concentra sui **diversi tipi di turismo in Italia** definito come fenomeno sociale ancor prima che economico, mutevole nel tempo e influenzato dall'evoluzione dei bisogni dei viaggiatori e da una serie di fattori "esogeni" che hanno effetti combinati sui comportamenti individuali.

La **tecnologia**, ad esempio, ha inciso profondamente nelle modalità di guardare al mondo dei viaggi ampliando a dismisura la possibilità di reperire informazioni, rivoluzionando il tradizionale concetto di intermediazione e riducendo di conseguenza l'asimmetria informativa tra produttore e consumatore. La diffusione di mobile e **app** ha inoltre favorito la nascita di community social facendo letteralmente esplodere il fenomeno dell'ospitalità tra privati che, solo in Italia nel 2016, ha riguardato 5,6 milioni di persone. L'affermazione delle prime **compagnie aeree low cost** ha poi inciso sul settore dei trasporti di breve/medio raggio mettendo in competizione destinazioni che fino a quel momento non si sentivano in concorrenza.

Dai risultati analizzati nel Report si possono distinguere ben **nove tipi di turismo in Italia**:

- Il **turismo culturale**, in buona salute e in crescita nel breve/medio periodo, vede Roma, Milano, Venezia e Firenze tra le destinazioni culturali più visitate del nostro Paese.
- Il **turismo balneare** si conferma il più importante prodotto turistico in Italia e si concentra nell'alto e nel medio Adriatico: nonostante il Sud si identifichi con il mare, solo Vieste figura nella classifica delle prime dieci località balneari per posti letto.
- Le Dolomiti – Patrimonio Unesco dal 2009 – costituiscono la destinazione di **turismo montano** con maggiori infrastrutture, in termini di posti letto. Con oltre 11 milioni di arrivi e quasi 48 milioni di presenze, infatti, la nostra montagna ha registrato sull'anno precedente rispettivamente +6,5% e +3,4%.
- L'**Agriturismo** registra una crescita costante che prosegue anno dopo anno: piace ai viaggiatori, soprattutto olandesi, e rappresenta un'avventura imprenditoriale che attrae molti operatori.
- L'Italia resta tuttora il primo Paese in Europa per numero di **crocieristi** imbarcati: il Mediterraneo si conferma in crescita sia sul medio (+109%) sia sul breve periodo (+3%).
- Resta negativo, pari a -1,7 miliardi di euro, il saldo valutario del **turismo business**: gli italiani spendono per viaggi di affari all'estero più di quanto facciano gli stranieri nel nostro Paese.
- Anche il **turismo congressuale** riflette la doppia velocità dell'economia italiana: le regioni del Nord, infatti, rappresentano circa il 56% in termini di numero di eventi, il 59% per partecipanti, il 55% per giornate e il 58% per presenze di congressisti. A seguire, con grande distacco, quelle del Centro con percentuali comprese tra il 27 e il 30% mentre Sud e Isole sono da questo punto di vista poco rilevanti.
- Per quanto riguarda il **turismo termale** si confermano ai primi posti Montecatini, Chianciano e Abano. Il concetto "terme & benessere" si è progressivamente ampliato, diffondendosi anche nelle località urbane e montane che hanno sviluppato un'offerta wellness complementare a quella principale.
- Infine, il **turismo enogastronomico** contribuisce positivamente alla crescita delle esportazioni di prodotti alimentari e bevande generando una domanda da parte dei turisti - stranieri soprattutto - di "tipicità" nel momento in cui viaggiano all'interno del nostro Paese, rappresentando anche un importante volano per il Made in Italy nel mondo.

FOCUS SULLE REGIONI ITALIANE

Un aspetto fondamentale che si evidenzia dal Rapporto è la doppia velocità con la quale procedono le regioni del Centro-Nord e quelle del Sud: una realtà paradossale visto che gli attrattori più conosciuti all'estero – aspetti climatici, paesaggio, patrimonio storico-artistico ed enogastronomico – sono un quadro efficace del Meridione.

Tuttavia è il **Veneto**, con oltre 63 milioni, **la regione più turistica d'Italia**, con dati tre volte superiori a quelli della Campania (19 milioni) e ben quattro volte a quelli della Sicilia (15).

Per quanto riguarda la **spesa incoming** al primo posto si conferma il **Lazio** (6,4 miliardi di euro lasciati dagli stranieri sui quasi 36 miliardi complessivi in Italia nel 2015), segue la Lombardia e più a distanza, Veneto (5,2) e Toscana (4,1). La prima regione del Sud – quinta – è la Campania con 1,8 miliardi di euro.

Il Meridione, tutto insieme, attrae appena 5 miliardi, sostanzialmente quanto fa da solo il Veneto.

Altro tema, che interessa molte aree del Sud è quello della **stagionalità**: a livello medio italiano, la metà delle presenze totali si registra nel trimestre estivo (giugno-agosto).

Un elemento unisce infine la maggior parte delle regioni: la **dipendenza dal mondo di lingua tedesca**. In 14 casi la Germania è il primo mercato incoming, in altri 5 costituisce il secondo o il terzo mentre solo nel Lazio e in Valle d'Aosta non è presente tra i primi tre.

Una sezione del Rapporto analizza inoltre la **distribuzione regionale sui social network**. Per quanto concerne **Facebook**, la Toscana rappresenta la regione italiana con il maggior numero di like (oltre 500mila), seguita a distanza dalla Sicilia e dall'Alto Adige. Sicilia e Puglia sono le uniche realtà del Sud a essere in classifica. Le Marche (oltre 95mila) e a distanza l'Emilia-Romagna (53mila) sono invece le realtà regionali con il maggior numero di follower su **Twitter**. In questo caso, il Sud è rappresentato dalla sola Puglia. La Toscana (54mila) e a seguire la Puglia (30mila) costituiscono i territori con più follower su **Instagram**.

Sono ormai tantissime le piattaforme e app che consentono di leggere o rilasciare recensioni su una destinazione turistica o su specifici servizi offerti localmente. Si tratta di tasselli digitali che costruiscono giorno dopo giorno la reputazione globale di un territorio che quindi deve essere attentamente gestita.

Le **Regioni d'Italia più recensite nel 2016** rispecchiano in generale le destinazioni nelle quali arrivano più turisti con la **Lombardia** in vetta alla classifica, seguita dal Veneto e dalla Toscana.

Nella classifica per **soddisfazione degli ospiti** in termini di sentiment positivo sulle strutture ricettive abbiamo nelle prime tre posizioni la Valle d'Aosta (85,8%), la Basilicata (85,5%) e il Trentino-Alto Adige (84,4%). Tra le Regioni con l'offerta ricettiva più amata dagli ospiti stranieri, spunta in terza posizione l'Umbria oltre alla Valle d'Aosta e alla Basilicata, già presenti nella classifica generale, rispettivamente alla prima e alla seconda posizione.

UniCredit4Tourism, l'iniziativa di UniCredit lanciata nel 2015 dedicata alle imprese che operano nel settore turistico, è costituita da tre pilastri: il primo, che si fonda sull'aspetto digitale, offre alle imprese la possibilità di conoscere in misura più approfondita il mercato e i concorrenti con l'obiettivo di gestire al meglio il proprio posizionamento. Il secondo pilastro dell'offerta di UniCredit consiste nell'impegno a erogare, entro il 2018, 2 miliardi di euro di nuova finanza al turismo italiano, di cui circa il 75% è destinato a imprese con fatturato inferiore a 5 milioni di euro, dato il carattere prevalentemente micro imprenditoriale del settore. L'ultimo pilastro dell'iniziativa consiste nel supportare l'accrescimento delle competenze finanziarie e le conoscenze di marketing e digitalizzazione degli operatori.

Milano, 17 luglio 2017

Contatti

UniCredit Media Relations

e mail: mediarelations@unicredit.eu

Twitter: @UniCredit_PR; Google Plus: +UniCreditGroup; Instagram: UniCredit_PR