

Struttura e problemi del turismo della costa



Lorenzo Bacci - IRPET

Sviluppo economico e produttivo delle aree costiere: nautica e turismo
Viareggio 2 marzo 2007

Il turismo nell'economia toscana

Da una lettura “giornalistica” il turismo è spesso dipinto come un settore che rappresenta il pilastro principale dell'economia toscana

Le cose non stanno esattamente così:

1. Non è un settore in senso proprio
2. E' un insieme di attività economiche importanti per la regione ma con una attivazione del 7.1% del PIL non rappresenta il motore principale dello sviluppo toscano

Questo non significa che per alcune realtà locali, specie per la costa, il turismo non rappresenti in molti casi il principale motore di sviluppo locale

Quanto conta la risorsa turistica in Toscana

Presenze 2006 in Milioni

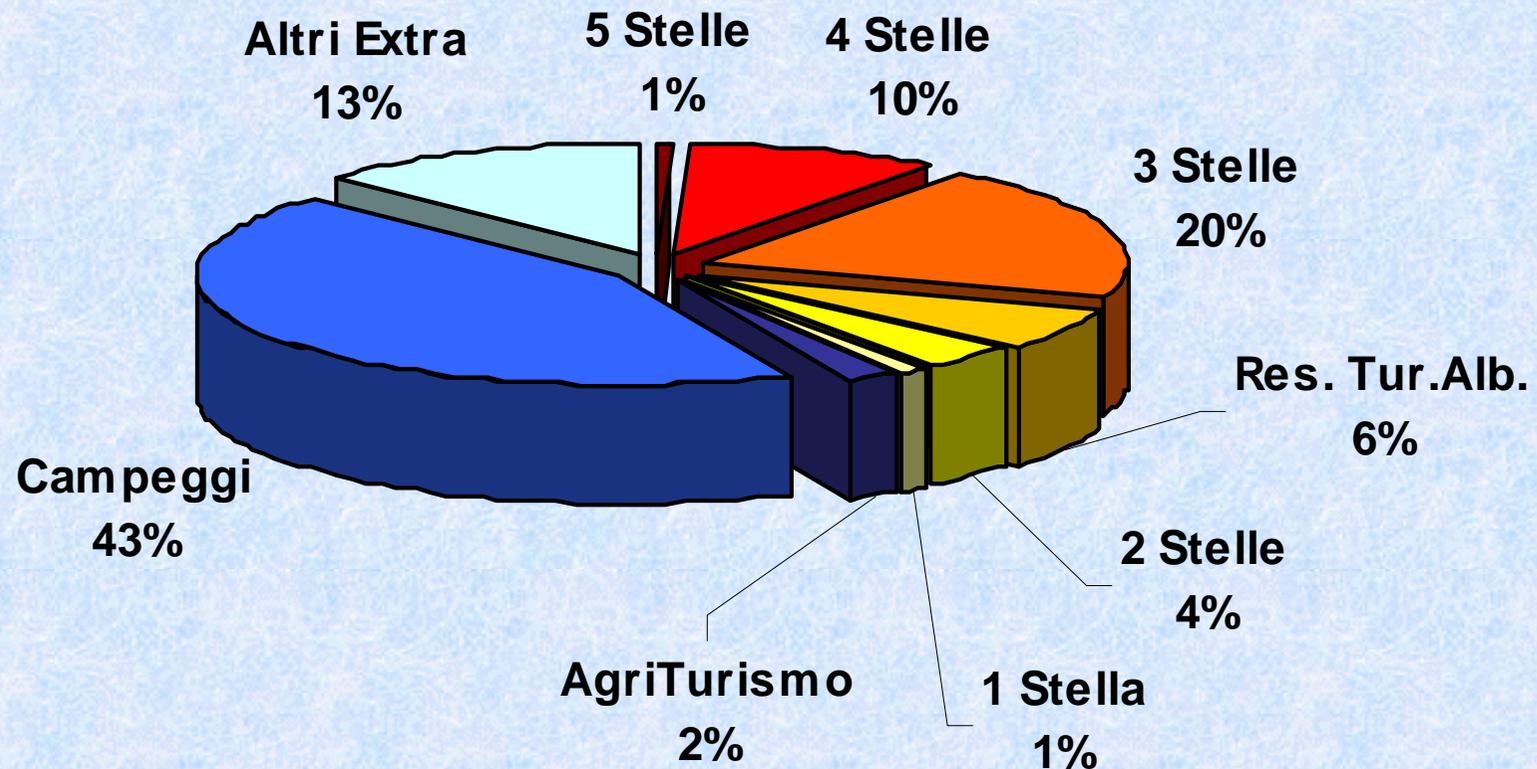
	Italiani	Stranieri	Totale
Balneare:	11,58	4,77	16,35
Tot. Toscana:	21,31	19,19	40,50

Presenze – Peso % sul totale regionale

	Italiani	Stranieri	Totale
Arte/Affari	25,2	44,9	35,2
Montagna	3,2	1,8	2,7
Balneare	54,3	24,9	39,6
Termale	9,5	8,9	9,6
Campagna/Collina	4,3	9,5	6,8
Altro interesse	3,4	10,0	6,0
Totale	100,0	100,0	100,0

Quale tipologia di strutture ricettive

Distribuzione % presenze per tipologia ricettiva
Anno 2005



Una rappresentazione incompleta

➔ **Non tutti i comuni costieri sono considerati balneari**

La risorsa balneare è un rilevante motivo di attrazione turistica anche per i comuni dell'entroterra

Non considera turisti che non alloggiano in es. ricettivi:

➔ **- presenze in seconde case**

(di proprietà + parenti/amici + larga parte degli affitti)

➔ **- escursionismo**

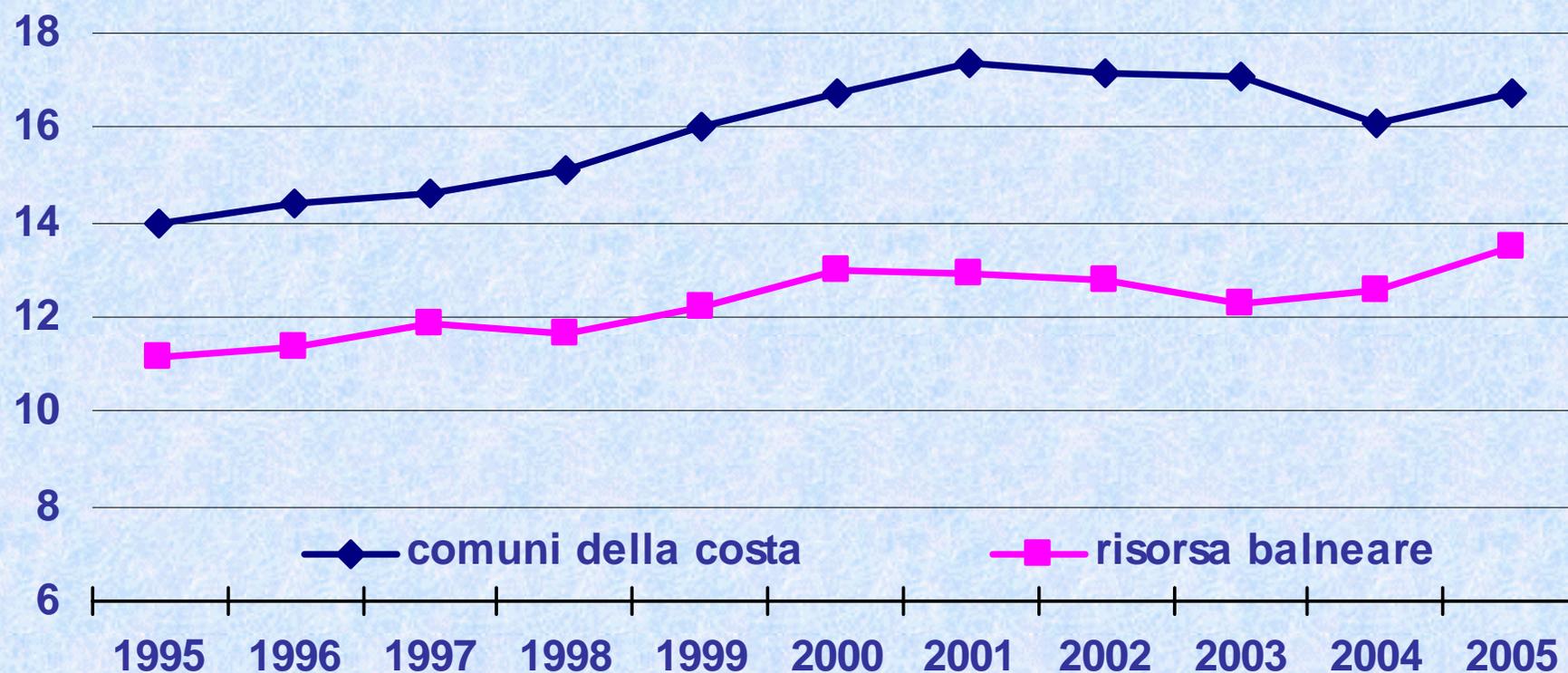
- turismo nautico (circa 15.100 posti barca – fonte UCINA)

- altre forme di turismo itinerante

➔ **Tiene conto solo del numero di pernottamenti e non della capacità di spesa dei turisti (in genere più elevata per stranieri e per categorie alberghiere elevate)**

Risorsa balneare e comuni costieri

Presenze turistiche in milioni



Comuni costa non considerati balneari
Carrara; Pisa; S.Giuliano; Vecchiano

Differenza 2005
circa 3.2 mln

Le presenze in seconde case

Presenze in seconde case di proprietà ed in affitto: stime con metodi indiretti (consumi ENEL) vincolate a dati Istat (turisti italiani) e Uic (turisti stranieri)

Anno 2002 – Valori in Milioni

	Presenze ufficiali	Seconde case	Totale presenze
Costa	17,1	27,0	44,1
Resto Toscana	20,9	9,1	30,0
Totale Toscana	38,0	36,1	74,2

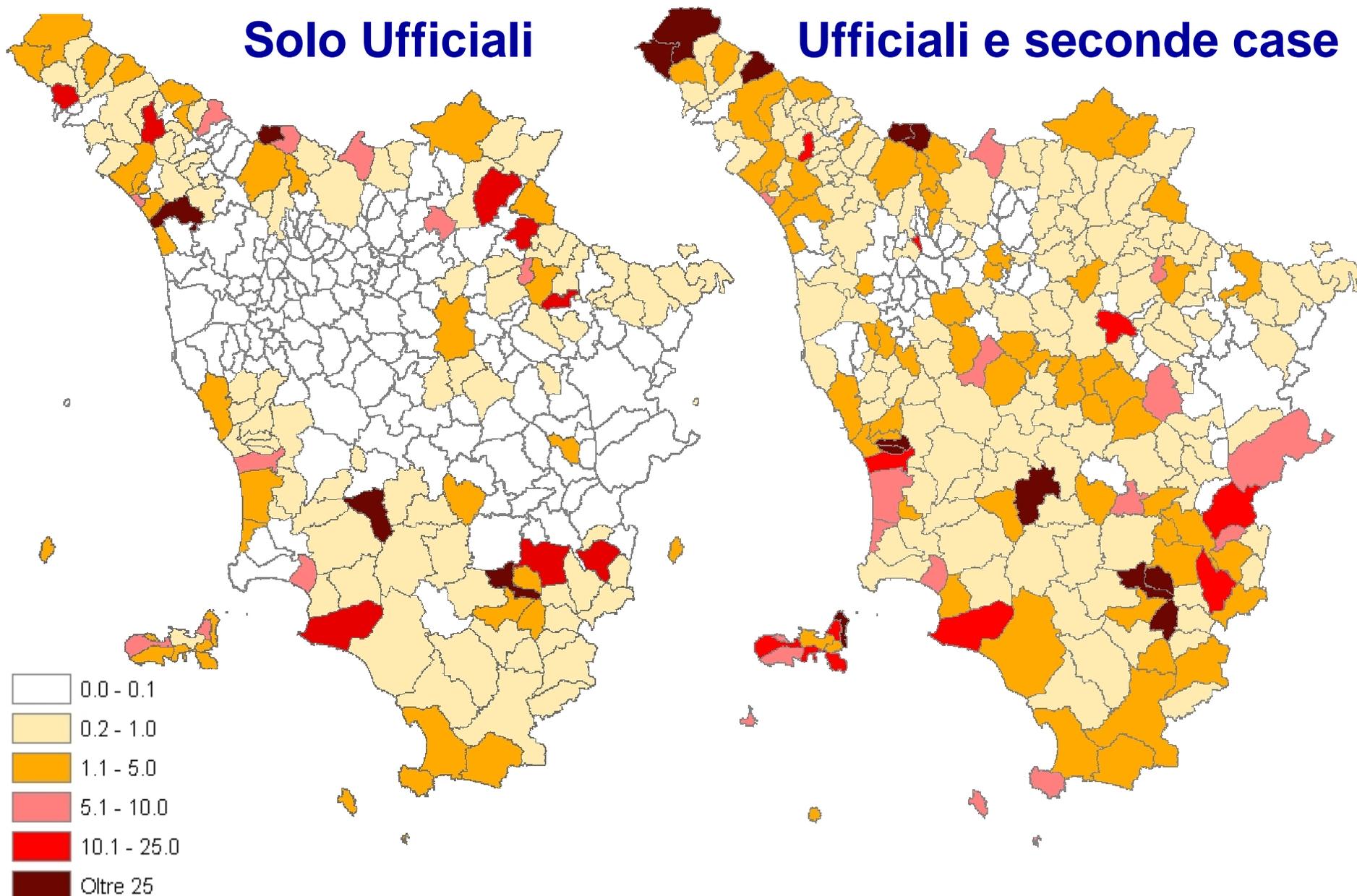
Escursionismo di difficile misurazione:

in prima approssimazione si possono stimare circa 26 mln di escursionisti per l'intera Toscana di cui 5 sulla costa.

Le presenze per abitante

Solo Ufficiali

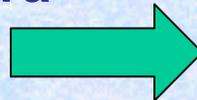
Ufficiali e seconde case



Spesa turistica su consumi interni

Spesa turisti stimata con vettori di spesa differenziati a seconda di nazionalità e tipologia ricettiva.

Rappresentazione relativa
Consumi turistici su
totale consumi interni



Importanza del turismo appare netta sulla costa

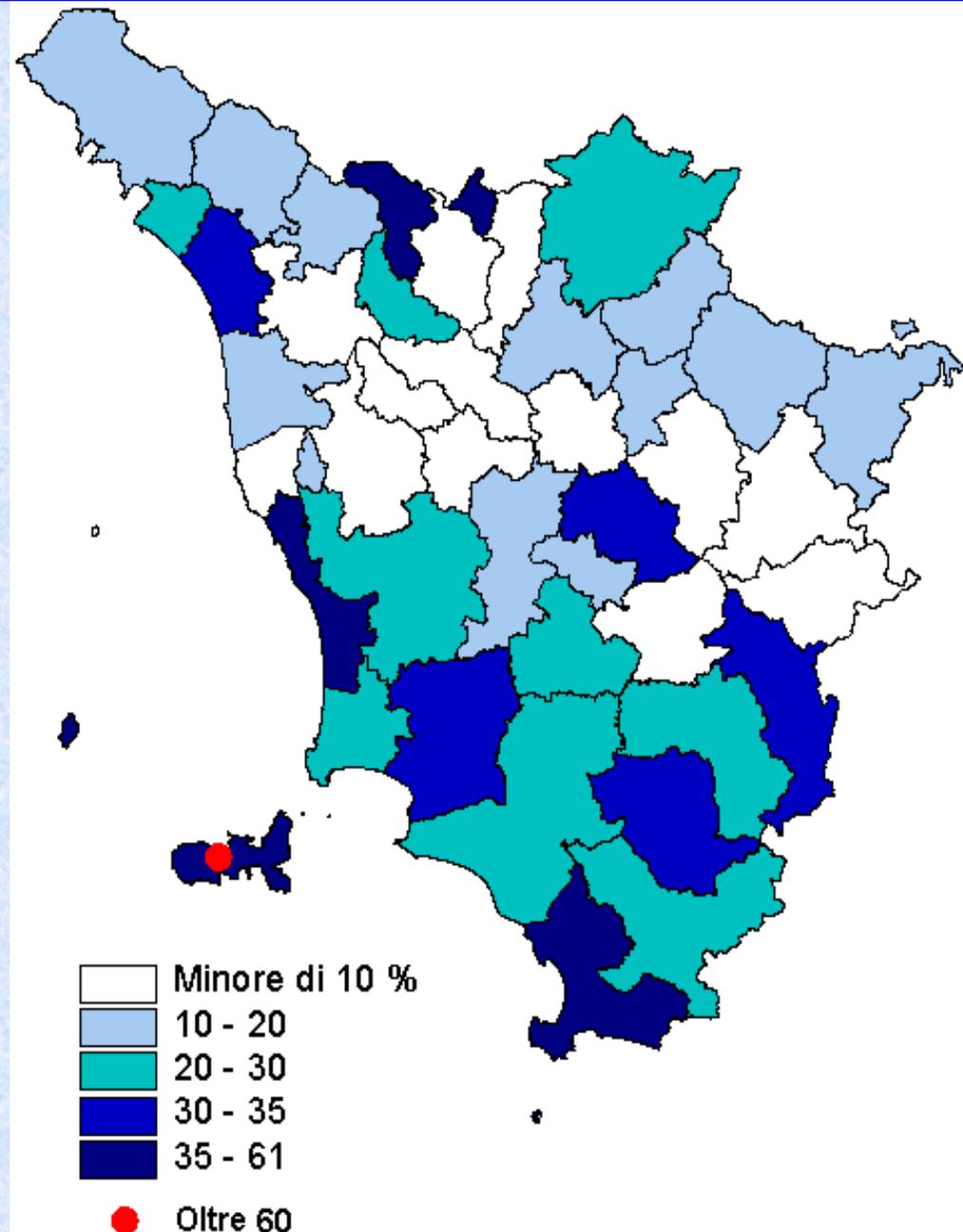
In particolare nei sistemi con:
piccola dimensione demografica
forte specializzazione turistica

Nelle realtà urbane maggiori
anche se fortemente attrattive i
consumi dei turisti incidono poco

Media Toscana

Anno esercizio 17.0%

Stime 2005 16.5%



Valore aggiunto turistico

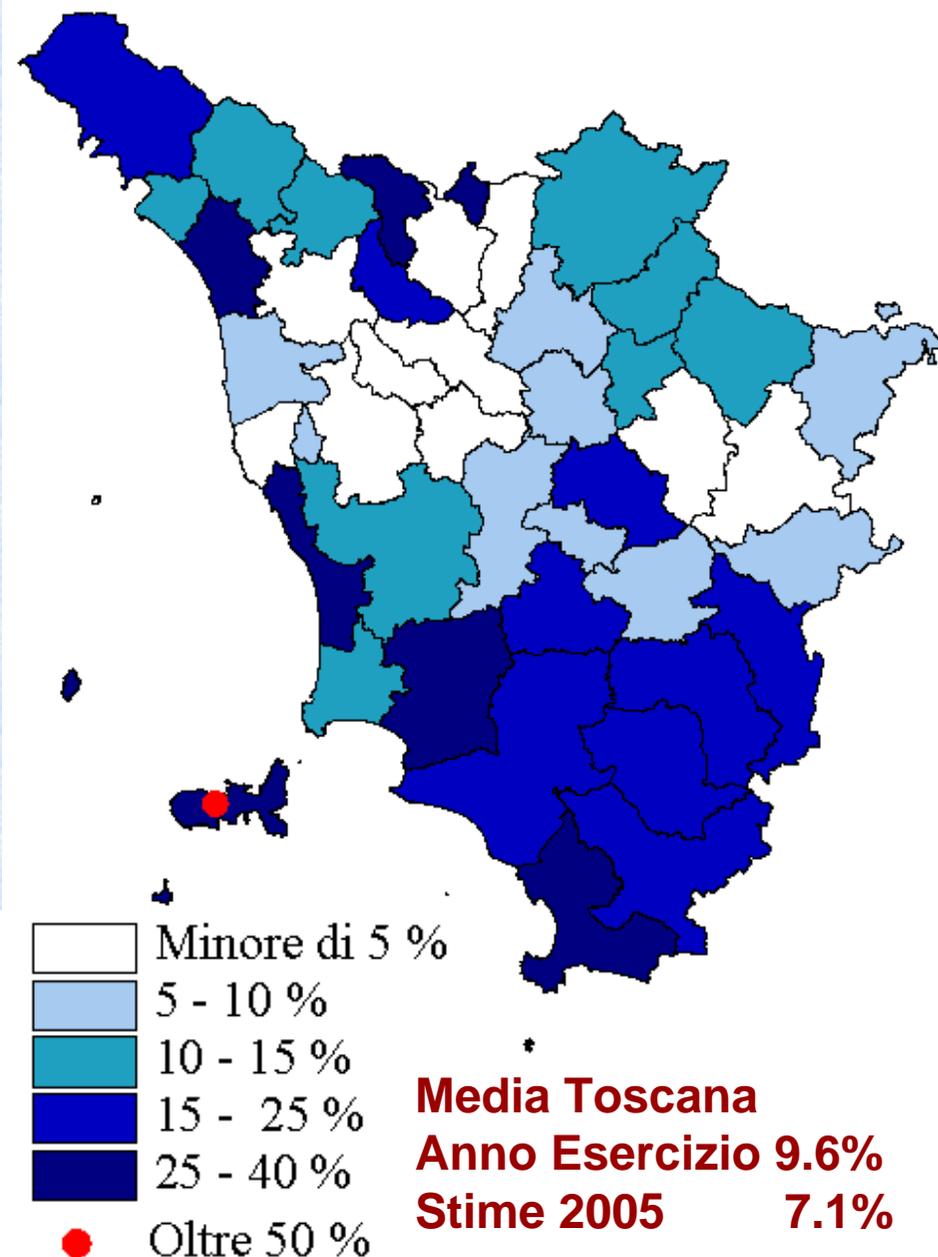
Valore aggiunto attivato dalla spesa turistica su totale VA (effetto diretto indiretto e indotto)

Forte variabilità del VA turistico:

- in alcuni casi motore principale
- in altri motore accessorio
- in altri ha importanza residuale

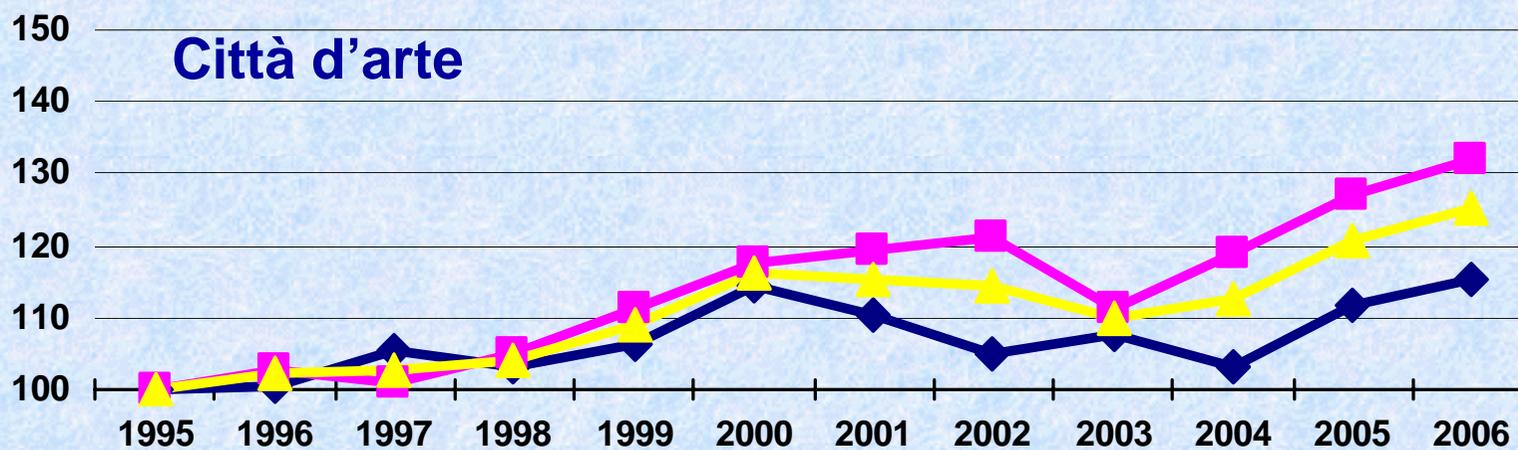
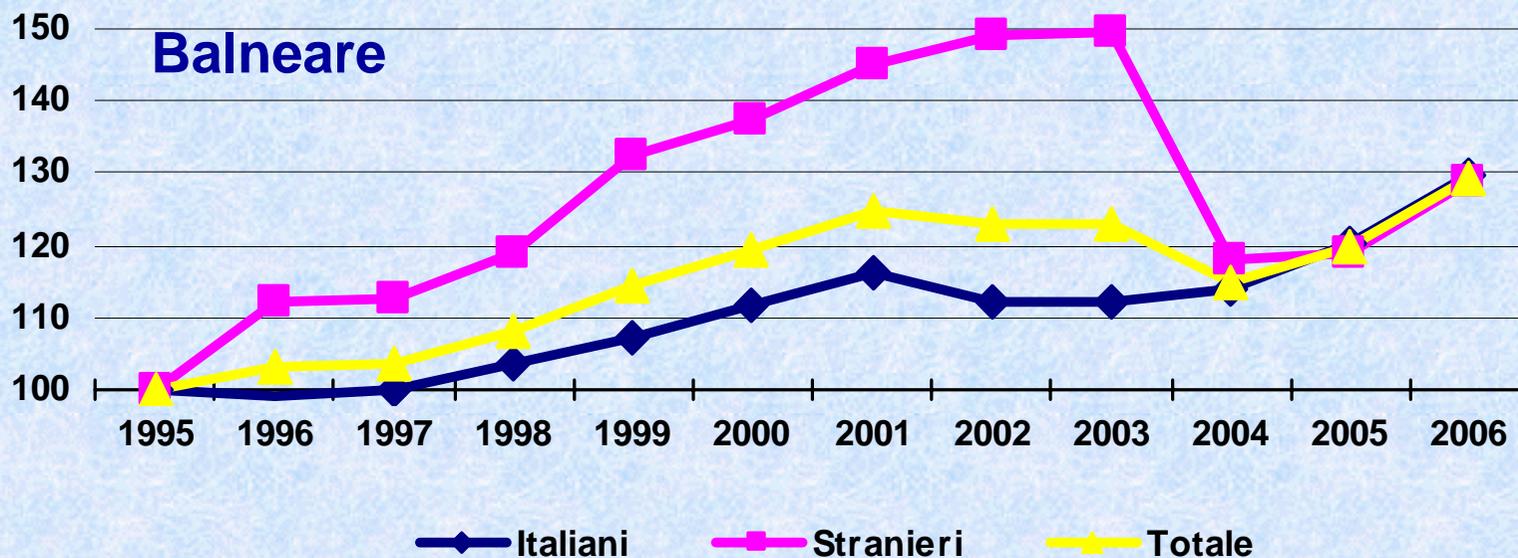
Sulla costa spesso è il motore principale dello sviluppo

- Aree dove specializzate dove “l’unico motore” garantisce buoni livelli di VA
- Aree dove “l’unico motore” spicca per assenza di altre attività e garantisce livelli accettabili di VA solo perché piccole comunità
- Aree urbane molto forti economicamente dove il turismo ha una importanza modesta



Dinamica delle presenze ufficiali

Numeri indice 1995=100



Composizione % presenze 1995-2000-2005

1			2				
	Albergh.	Extra	Tot.		Italiani	Stranieri	Tot.
1995	83,3	16,7	100	1995	64,3	35,7	100
2000	82,7	17,3	100	2000	64,4	35,6	100
2005	78,3	21,7	100	2005	68,0	32,0	100

3	Italiani		Stranieri		Totale
	albergh.	extra	albergh.	extra	
1995	54,5	9,8	28,8	6,8	100,0
2000	54,3	10,1	28,4	7,2	100,0
2005	54,4	13,6	24,0	8,0	100,0

Riduzione peso componenti con maggior capacità di spesa

Riduzione della componente alberghiera a favore dell'extra alb.

Sostituzione della componente straniera con quella italiana

Italiani tenuta alberghiera e sviluppo extra alb.

Stranieri crollo alberghiero in parte sostituito da extra alb.

Tassi di variazione 1995-2000 e 2000-2005

Periodo recente

calo alberghiero
soprattutto straniero

crescita Italiani
soprattutto extra alb.

BALNEARE		albergh.	extra	Tot.
1995-2000	Italiani	28,6	32,3	29,2
	stranieri	27,2	35,9	28,9
	Totale	28,1	33,8	29,1
2000-2005	Italiani	-4,7	28,8	0,6
	stranieri	-19,8	5,9	-14,6
	Totale	-9,9	19,3	-4,9

Stabilità della
componente albergh.

Extra in forte crescita

CITTA' D'ARTE		albergh.	extra	Tot.
1995-2000	Italiani	9,6	13,0	10,6
	stranieri	13,5	-1,4	11,1
	Totale	12,1	6,9	10,9
2000-2005	Italiani	-0,8	-7,3	-2,9
	stranieri	0,9	45,2	7,3
	Totale	0,3	13,1	3,1

Le difficoltà riguardano prevalentemente il Balneare

Dinamica regionale stranieri - spiegazioni macro

Le ragioni del calo straniero in Toscana (2001-04):

(2001) Rallentamento del commercio mondiale e della crescita del PIL nel 2001 + effetto torri gemelle

(2002-03) Svalutazione del dollaro; bassa crescita paesi UE clima di instabilità; epidemie (sars)

(2004) Pil mondiale in forte crescita (+5%), ma UE cresce poco con bassa ripresa dei consumi (inerzia dopo due anni di crisi)

Prezzi toscani troppo elevati; balneare componente che soffre di più turismo d'arte regge meglio (diverse elasticità al prezzo)

e quelle della ripresa (2005-06)

Pil mondiale consolida la crescita (4.4%), UE torna a crescere;

Cambio stabile non penalizza le destinazioni EU;

Attentati in realtà turistiche concorrenti (Egitto e Turchia)

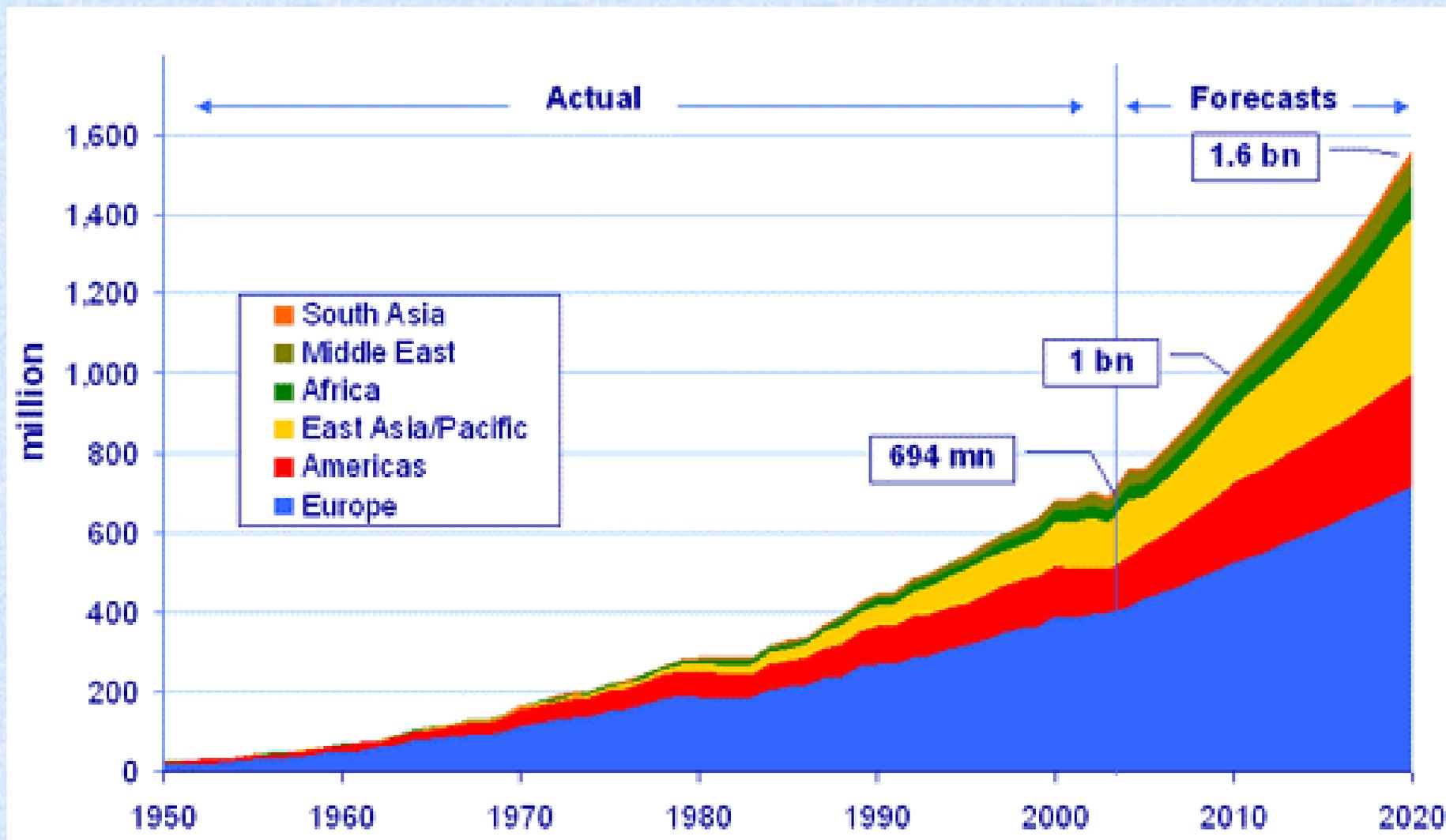
Effetto di rimbalzo dopo tre anni di calo

Si inizia ad apprezzare il rallentamento nella crescita dei prezzi

Balneare: forte elasticità al prezzo (circa 0.75)

Domanda turistica – il quadro mondiale

Evoluzione e previsione arrivi internazionali: quadro mondiale



Fonte. Tourism 2020 Vision, WTO

Domanda turistica – il quadro europeo

Evoluzione arrivi internazionali: il quadro europeo

Fonte: WTO

	Arrivi internazionali x		Tasso di variazione medio annuo	
	1995	2005	1990-2000	2000-2005
Europe	315	441,5	4,1	2,2
-Northern Europe	40,1	52,9	3,8	2,9
-Western Europe	112,2	142,7	2,5	0,4
-Central/Eastern Eu.	60	87,9	8,3	4,8
-Southern/Medi. Eu.	102,7	158,0	4,1	2,3
--Croatia	1,5	8,5	-	7,7
--Greece	10,1	14,3	4,0	1,7
--Italy	31,1	36,5	4,4	-2,4
--Malta	1,1	1,2	3,4	-0,8
--Portugal	9,5	-	4,2	-
--Slovenia	0,7	1,6	-	7,4
--Spain	34,9	55,6	3,5	3,0
--Turkey	7,1	20,3	7,2	16,2

Evoluzione della domanda – il ruolo dei competitor

Partenze internazionali di 5 paesi quote per paesi di destinazione

(var% 2000-2004 del totale partenze internazionali per origine)

	-19.1		4.3		-9.7		10.4		-4.8		3.3	
	AUSTRIA		FRANCE		GERMANY		OLANDA		SVIZZERA		UK	
	2000	2004	2000	2004	2000	2004	2000	2004	2000	2004	2000	2004
Italia	47.5	37.0	20.2	13.5	16.4	14.2	5.4	5.2	23.4	22.0	4.7	7.0
Spagna	4.5	5.0	19.0	24.8	13.9	13.2	7.3	7.7	9.1	8.4	27.4	31.3
Portogallo	0.6	0.8	2.8	2.5	1.2	1.1	1.8	1.6	1.1	1.2	3.9	3.7
Francia	4.3	5.2	0.0	0.0	18.7	18.9	39.9	41.5	26.2	24.4	nd	nd
Croazia	6.2	8.9	0.2	1.3	1.3	2.2	0.4	0.7	0.3	0.8	0.2	0.4
Paesi Caraibici	0.6	0.5	4.4	4.1	1.0	0.7	0.7	0.8	0.9	0.8	1.8	2.1
Sud-Est Asia	1.1	1.4	1.7	1.8	1.0	1.2	1.2	1.1	1.7	1.9	2.7	3.2
Mediterr. Sud*	5.3	8.4	8.7	10.2	5.3	7.7	2.6	5.0	2.6	4.2	3.2	4.5
Altra africa	0.1	0.2	1.8	3.0	0.1	0.2	0.1	0.1	0.3	0.3	0.3	0.4

* Egitto; Turchia; Marocco; Tunisia

Italia perde quote di mercato in modo generalizzato a favore di Spagna e Croazia sulla riva Nord del Mediterraneo.

Sulla riva Sud guadagnano soprattutto Turchia e Marocco

Minore l'impatto delle realtà turistiche più lontane che pur essendo in forte crescita partono da quote molto basse

Turismo balneare è tornato a crescere, ma soprattutto nelle componenti a minor capacità di spesa (italiani ed extralb)

Forte elasticità al prezzo della domanda balneare

Previsioni turismo mondiale: crescita nel medio-lungo termine, ma Europa cresce meno, specie nell'area mediterranea

Forte competizione da parte di paesi a prezzi vantaggiosi (Spagna, Croazia, riva Sud) ma anche da regioni Italiane in forte crescita (Sicilia, Puglia, ecc)



Obiettivo:

- Migliorare il rapporto qualità / prezzo della vacanza complessiva
- non solo prezzi strutture ricettive (in parte già adeguati)
 - ma soprattutto ristorazione, stabilimenti balneari, intrattenimento
 - ed anche cura delle località, servizi (anche pubblici per il turista)

Occorrono disincentivi reali al free riding per realizzare azioni di sistema efficaci

Crescente dicotomia fra:

1) turista attento al prezzo che ha vincoli di bilancio; 2) turisti di livello medio alto a domanda rigida e forte capacità di spesa;

Tipo 1) necessario offrire “certezza della spesa”

- sviluppare soluzioni “all inclusive”

- sia per i servizi ricettivi che extra-ricettivi occorre incentivare chiarezza dei prezzi e scoraggiare comportamenti opportunistici (rendite di posizione ecc.)

-rafforzare attenzione al turismo “family” specie straniero (meno in competizione con mete riva sud)

Tipo 2) Diversificazione dell’offerta

- sviluppare offerte mirate a specifici segmenti di domanda (fai da te anche family; terza età; salute ecc.)

- diversificare l’offerta turistica e sviluppare segmenti di mercato (meno in competizione sul prezzo) offrendo servizi aggiuntivi (sport, eventi ecc.) per un turismo più attivo (non solo mare)

- associare il balneare alle altre proposte del territorio in modo integrato (enoturismo; turismo sportivo ecc.)