



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



Il valore del turismo in Italia

Cernobbio, 24 marzo 2018

Premessa

Nonostante l'Italia sia tra i Paesi più visitati al mondo, al turismo non viene ancora riconosciuto il ruolo che gli compete. E' un atteggiamento che penalizza il diffondersi, a tutti i livelli, di una cultura economica del settore che, se incoraggiata e sostenuta, consentirebbe a questo comparto di trainare la crescita del Paese. Ad essere sottovalutato non è solo l'aumento costante dei flussi turistici internazionali nel corso di questi anni ma, come emerge dall'analisi, il ruolo del turismo come voce fondamentale dell'export, come comparto economico che più ha contribuito all'incremento del valore aggiunto ed, in particolare, dell'occupazione anche durante la crisi.

Un risultato ancor più importante se si considera che per il valore aggiunto e l'occupazione sono state prese in esame solo due componenti della vasta filiera turistica, la ricettività e la ristorazione, e non altri elementi come l'intermediazione, l'intrattenimento o le professioni turistiche. Occorre, dunque, puntare con forza e determinazione su questo settore per il rilancio del Mezzogiorno e dell'intero Paese. A partire dalla valorizzazione del Piano strategico di sviluppo del turismo 2017-2022 che ha bisogno di risorse specifiche per la sua realizzazione. Sarà, pertanto, compito della nuova legislatura e del prossimo Governo mettere in campo interventi dedicati al comparto e allo sviluppo delle imprese in termini di riduzione della pressione fiscale, semplificazione, incentivazione e regolamentazione.

La spinta del turismo internazionale

Negli ultimi dieci anni il turismo italiano ha potuto contare quasi esclusivamente sulle buone performance della domanda estera. Gli arrivi internazionali sono passati da **43** a **60 milioni (+39,3%)** mentre le presenze da **163** a **212 milioni (+29,7%)**.

Il turismo interno ha fatto registrare una dinamica positiva per gli arrivi (+16,7%) mentre le presenze sono rimaste sui livelli di 10 anni fa determinando una sensibile contrazione della permanenza media che è addirittura scesa al di sotto di quella relativa al turismo straniero (**3,4 vs. 3,5**).

I flussi degli stranieri verso l'Italia hanno subito una battuta d'arresto solo nel biennio 2008-2009 come conseguenza dei primi effetti della crisi ed oggi, almeno in termini di presenze, hanno pressoché uguagliato i livelli del turismo di origine interna. Nel solo 2017 gli incrementi percentuali di arrivi e presenze sull'anno precedente sono stati rispettivamente del

Il movimento turistico internazionale

arrivi e presenze - in milioni

arrivi

+39,3%

presenze

+29,7%

	arrivi		presenze	
	2007	2017	2007	2017
stranieri	43	60	163	212
italiani	53	62	213	214
totale	96	122	377	426

Il movimento turistico internazionale

variazioni percentuali anno su anno

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Le 4 A del *made in Italy*: Accoglienza al primo posto

L'accoglienza si conferma uno dei punti di forza del *made in Italy*. Nel periodo 2007-2017 ha contribuito per il **60%** al saldo della bilancia commerciale riferito alle quattro **A** del *made in Italy*. Su un totale di **216 miliardi di euro** il turismo ha generato **128 miliardi di euro**, l'abbigliamento **95 miliardi di euro**, l'arredamento **75 miliardi di euro** mentre l'apporto dell'agro-alimentare è stato **negativo** per **82 miliardi di euro**. Con riferimento a questi comparti l'accoglienza si conferma prima voce dell'export con **362 miliardi di euro**. Per dare un profilo più chiaro di questa grandezza è utile ricordare che nello stesso periodo l'export cumulato dell'agro-alimentare è stato di **342 miliardi di euro**.

I valori regionali riferiti al solo 2017 mostrano in modo inequivocabile la potenza del turismo come voce dell'export anche in ambito territoriale. Nel Centro-Sud l'accoglienza, nel contesto del cosiddetto *made in Italy*, è stata con poco meno di **18 miliardi di euro** la voce di gran lunga prevalente dell'export. Al Nord ha

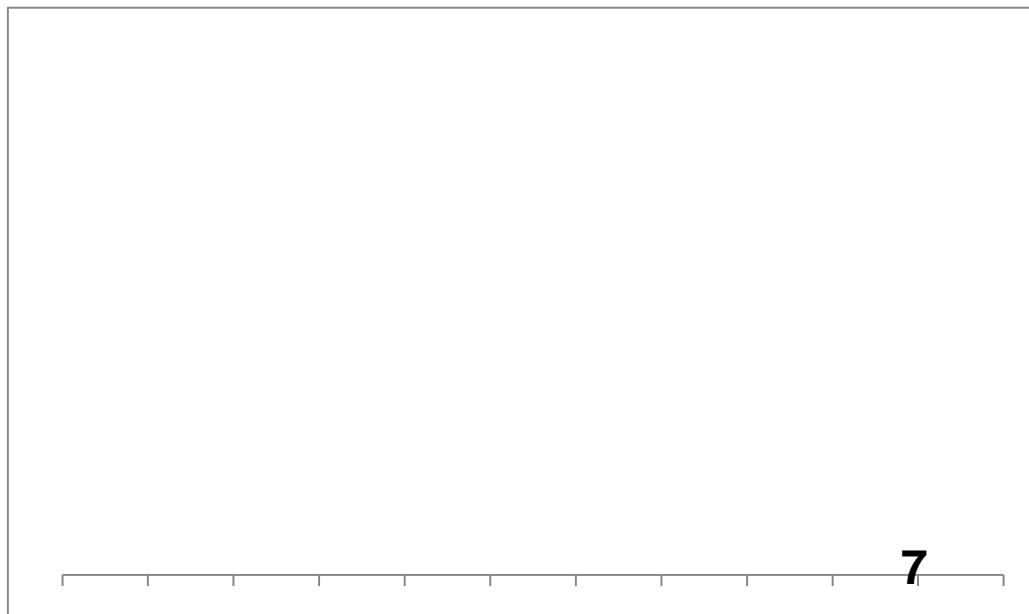
Le 4A del made in Italy

importazioni, esportazioni e saldi; anni 2007-2017

valori assoluti in mln. di euro

	export	import	saldo
A ccoglienza	361.560	233.333	128.227
A bbigliamento	280.768	186.197	94.571
A rredamento	95.237	19.866	75.371
A limentare	342.453	424.310	-81.857
TOTALE	1.080.018	863.706	216.312

Saldo - contributi percentuali



L'export del *made in Italy* nelle regioni italiane

TERRITORIO	Agricoltura	Alimentari	Abbigliamento	Arredamento	Accoglienza
NORD-OVEST	1.238	12.126	8.741	2.877	10.608
- PIEMONTE	491	5.012	1.473	171	1.656
- VALLE D'AOSTA	1	58	10	13	365
- LOMBARDIA	410	6.589	7.196	2.618	6.551
- LIGURIA	336	466	61	75	2.036
NORD-EST	2.873	13.162	11.694	4.696	10.147
- TRENTINO ALTO ADIGE	743	1.498	239	102	1.392
- VENETO	1.026	5.589	6.290	2.626	5.762
- FRIULI VENEZIA GIULIA	132	759	56	1.373	1.124
- EMILIA ROMAGNA	972	5.316	5.110	594	1.869
CENTRO	892	3.609	7.883	1.325	11.538
- TOSCANA	296	2.189	4.979	531	4.453
- UMBRIA	170	444	515	72	162
- MARCHE	114	253	1.952	544	193
- LAZIO	312	724	438	178	6.730
SUD E ISOLE	2.081	5.044	1.676	680	5.976
- ABRUZZO	66	505	216	123	174
- MOLISE	5	84	5	14	13
- CAMPANIA	497	2.624	750	74	2.107
- PUGLIA	807	893	565	359	588
- BASILICATA	49	38	9	64	29
- CALABRIA	48	127	2	4	183
- SICILIA	592	583	63	27	1.845
- SARDEGNA	13	180	14	1	1.036
* DATI NON RIPARTIBILI	3	10	50	15	705
TOTALE	7.084	33.942	29.994	9.577	38.974

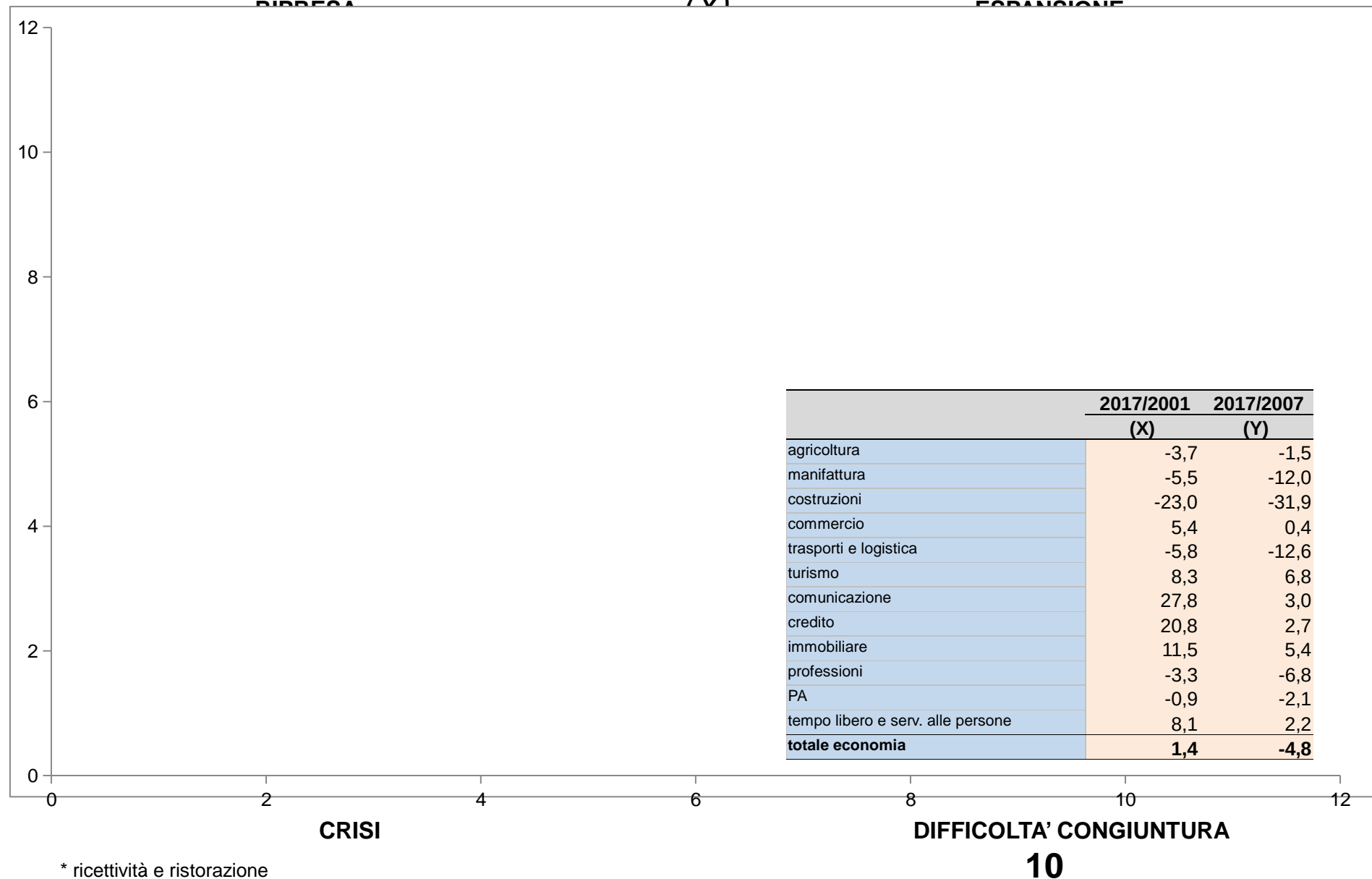
Il turismo è fonte di ricchezza

Tra il 2007 e il 2017 l'economia italiana ha perso **73 miliardi di euro** di ricchezza (-4,8%). Industria e costruzioni hanno subito una contrazione di **67 miliardi di euro**, mentre il turismo è tra i pochi settori in cui, al contrario, il valore aggiunto è cresciuto (**+6,8%** pari in valore assoluto a **3,5 miliardi di euro**).

Una lettura più attenta della dinamica del valore aggiunto dell'economia italiana mette in evidenza che le difficoltà di alcuni settori non sono solo di carattere congiunturale ma anche strutturale. Industria, costruzioni, trasporti ed in parte anche agricoltura scontano una perdita di valore aggiunto anche nel lungo periodo. Non è solo la crisi del 2008-2009 ad aver messo a nudo le difficoltà di questi settori di creare ricchezza. Ci sono problemi strutturali che vengono da lontano se si considera che il loro valore aggiunto è oggi inferiore non solo a quello raggiunto nel 2007 ma anche a quello del 2001. Per il turismo, al contrario, il livello attuale del valore aggiunto è superiore sia a quello di lungo che di medio periodo. In quest'ultimo caso è addirittura quello ad aver mostrato la migliore performance di crescita (+6,8%). Negli ultimi due anni mentre il tasso di crescita del valore aggiunto complessivo è stato rispettivamente dello **0,7%** e

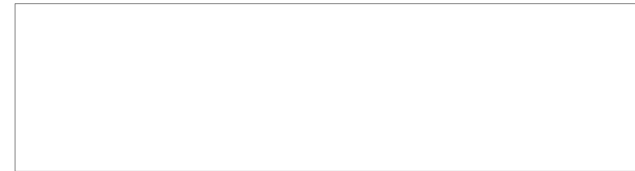
La mappa del valore aggiunto

variazione percentuale del **valore aggiunto** 2017/2001 (X) e 2017/2007 (Y)



La dinamica del valore aggiunto

variazioni percentuali sull'anno precedente – valori concatenati



Valore aggiunto

variazioni percentuali e assolute 2017/2007 – valori concatenati

12
10
8
6
4
2
0

	var. ass. (mln. di euro)
agricoltura	-435
manifattura	-37.096
costruzioni	-30.125
commercio	684
trasporti e logistica	-10.454
turismo	3.498
comunicazione	1.759
credito	1.993
immobiliare	10.268
professioni	-9.780
PA	-5.352
tempo libero e servizi alla persona	1.240
totale economia	-73.092

Il turismo fa correre l'occupazione

Il 2017 si è chiuso con **244 mila occupati** al di sotto del livello raggiunto nel 2008. Il contributo dei diversi settori alla dinamica dell'occupazione mette in evidenza le pessime performance di industria e costruzioni che insieme hanno «bruciato» **1,1 milioni di posti di lavoro**. All'opposto emergono invece gli ottimi risultati del turismo (**+261 mila occupati**), delle professioni (**+362 mila**) e del tempo libero (**+310 mila**).

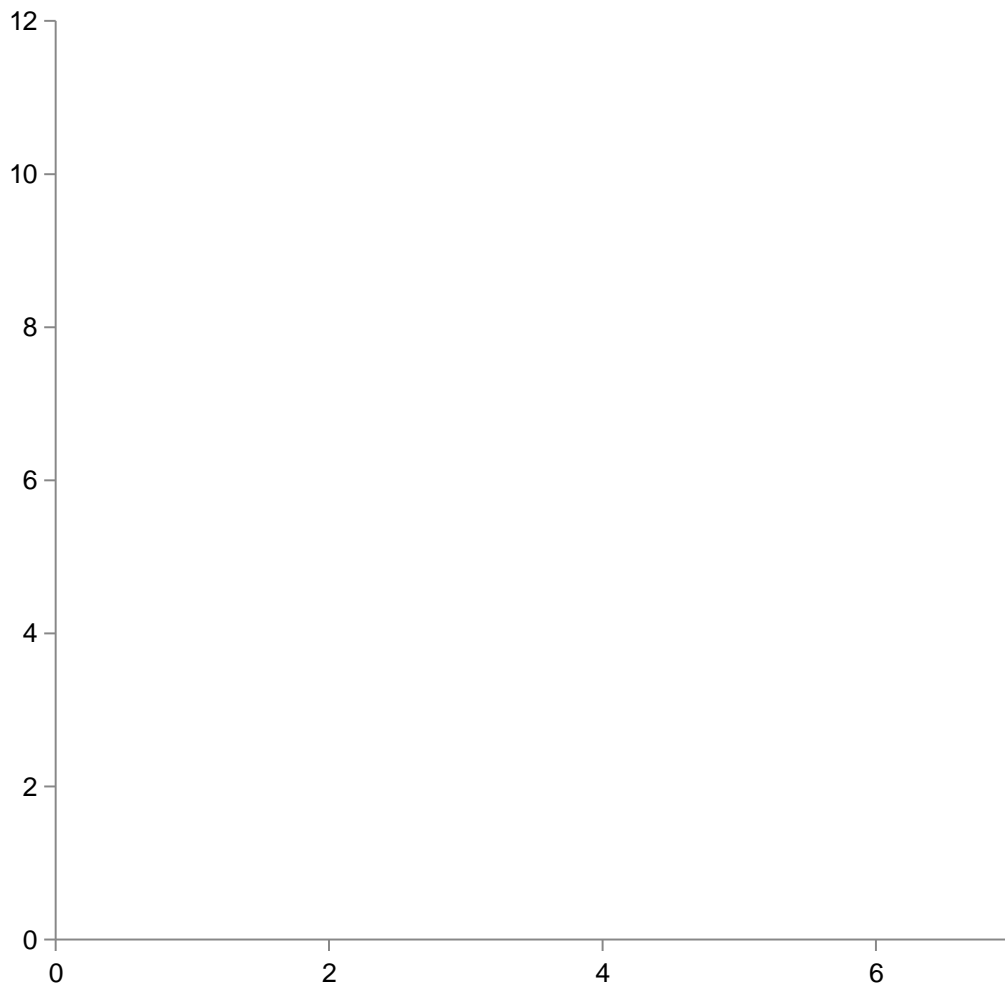
Proprio il turismo, misurato attraverso le sue due componenti maggioritarie di ricettività e ristorazione, è il settore che ha visto crescere di più il lavoro nel medio-lungo periodo. Tra il 2008 e il 2017 l'occupazione nel turismo è aumentata di circa il **20%** mentre tra il 2001 e il 2017 addirittura del **43%**. La mappa dell'occupazione dà chiara evidenza di quali siano i settori sui quali il Paese può far leva per sostenere l'occupazione. Le difficoltà di alcuni settori non sono solo legate alla congiuntura ma hanno oramai assunto un profilo che mette in evidenza la loro incapacità strutturale di contribuire alla crescita dell'occupazione. L'industria così come l'agricoltura hanno oggi un numero di occupati inferiore del **14%** a quello raggiunto nel lontano 2001. Nelle costruzioni le fluttuazioni della congiuntura sono, invece, più sostenute di quelle di lungo periodo.

La mappa dell'occupazione

variazioni percentuali degli **occupati** 2017/2001 (X) e 2017/2008 (Y)

RIPRESA

ESPANSIONE



	2017/2001 (X)	2017/2008 (Y)
agricoltura	-14,2	-4,6
manifattura	-13,7	-13,4
costruzioni	-6,3	-23,0
commercio	5,0	-1,2
trasporti e logistica	1,7	0,1
turismo	43,1	19,8
comunicazione	7,4	0,2
credito	2,0	-6,2
immobiliare	30,5	11,8
professioni	43,2	13,3
PA	2,5	0,8
tempo libero e servizi alle persone	37,1	12,9
totale economia	7,0	-1,0

CRISI

DIFFICOLTA' CONGIUNTURA'

Occupazione

variazioni percentuali e assolute 2017/2008

	var. ass. (2017/2008 - in mgl.)
agricoltura	-44
manifattura	-650
costruzioni	-452
commercio	-47
trasporti e logistica	1
turismo	261
comunicazione	1
credito	-44
immobiliare	21
professioni	362
PA	37
tempo libero e servizi alla persona	310
Totale economia	-244

Fonti

Chart 4-5-10-11-12-14-15: elaborazione Confturismo su dati Istat (indicatori mensili del movimento turistico).

Chart 7-8: elaborazione Confturismo su dati Istat (commercio estero) e Banca d'Italia (bilancia dei pagamenti).

I dati relativi ad arrivi e presenze per il periodo gen.-nov. 2017 sono provvisori, mentre il dato di dicembre è stato stimato.

I settori del made in Italy presi in considerazione sono:

- Prodotti dell'agricoltura, della silvicoltura e della pesca
- Prodotti dell'industria alimentare, delle bevande e del tabacco
- Abbigliamento e Calzature
- Arredamento (mobili)