

# Economia del tempo libero: una filiera ad elevato valore aggiunto

*Sintesi per la stampa*

**Indagine Censis-Fipe**

**Saint Vincent, 4 luglio 2005**



## LA CAPACITÀ DI GENERARE RICCHEZZA E OCCUPAZIONE

Il tempo libero, oltre alla dimensione sociale, ha anche e soprattutto una dimensione economica. La limitata disponibilità del bene tempo induce l'individuo a concentrare nello spazio di "non lavoro" un numero sempre più consistenti di attività. L'impatto che ne deriva è rilevante e si traduce da un lato in un meccanismo di rigenerazione della domanda e dall'altro nell'accrescimento di un'offerta sempre più articolata e complessa.

In una congiuntura poco favorevole per l'economia italiana, la presenza di nuove vitalità imprenditoriali in grado di generare occupazione e ricchezza rappresenta un fattore propulsivo da alimentare e supportare.

L'economia del tempo libero ha dato negli ultimi anni segnali importanti di vivacità. Due sono gli elementi sui quali si può ritenere fondarsi il successo del settore: l'elevata dinamicità delle imprese in termini soprattutto di assorbimento di forza lavoro e di vitalità imprenditoriale e la capacità di trainare la domanda stimolandone i consumi attraverso interventi di rinnovamento e rifunzionalizzazione.

Nonostante il carattere di immaterialità che connota i prodotti e i servizi per il tempo libero, il loro impatto sull'economia reale è tutt'altro che trascurabile.

- Il valore aggiunto attivato dal tempo libero nel 2003 ha raggiunto nel complesso i 114,2 miliardi di euro. E' pari a più di tre volte il valore aggiunto realizzato dal settore Alimentari, bevande e tabacco, a quattro volte quello realizzato dal comparto agricolo-alimentare e a cinque volte il valore aggiunto generato dal settore tessile e dell'abbigliamento (**tab. 7**).
- I segmenti del settore manifestano una forte interconnessione ed un carattere di trasversalità che si traducono in *un'elevata capacità di attivazione reciproca di processi economici*: le interrelazioni, ad esempio, tra il comparto turismo, alberghi e ristoranti e attività ricreative è evidente: il comparto "Alberghi e ristoranti" concorre a formare il 37,5% di tutto il valore aggiunto turistico diretto, mentre le attività ricreative il 7,8% (**tab. 8**).

**Tab. 7 - Peso del valore aggiunto turistico su alcuni comparti rilevanti del sistema produttivo italiano (milioni di euro). Anno 2003**

Comparti	Valore ass.	Numeri indici (Tempo libero =100)
<b>Tempo libero</b>	<b>114.195</b>	<b>100,0</b>
- <i>Viaggi e turismo</i>	49.636	43,5
- <i>Alberghi e ristoranti</i>	44.060	38,6
- <i>Attività ricreative, culturali e sportive</i>	20.499	18,0
Agricoltura	28.015	24,5
Prodotti energetici	62.392	54,6
Prodotti in metallo, macchine e forn. Elett.	78.929	69,1
Prodotti alimentari, bevande, tabacco	34.851	30,5
Prodotti tessili e dell'abbigliamento	23.234	20,3
Commercio	154.831	135,6
Servizi di trasporto e comunicazione	82.885	72,6

Fonte: elaborazione Censis-Fipe su dati Rapporto sul turismo italiano 2004-2005

**Tab. 8 - Valore aggiunto per ramo e branca direttamente attivato dalla domanda di consumi turistici in Italia  
(milioni di euro correnti). Anno 2003**

Comparti	Valore aggiunto totale	
	val. ass.	val. %
Agricoltura	1430	3,1
Prodotti energetici	925	2,0
Alimentari	1581	3,5
Tessili e cuoio	959	2,1
Altri prodotti della trasformazione ind.	2026	4,4
Costruzioni	92	0,2
<b>Commercio</b>	<b>8621</b>	<b>18,9</b>
<b>Alberghi e ristoranti</b>	<b>17118</b>	<b>37,5</b>
Trasporti	1301	2,9
Intermediazione monet. finanz.	86	0,2
Locazione di fabbricati (attività immobiliari e di noleggio)	7599	16,7
<b>Attività ricreative</b>	<b>3545</b>	<b>7,8</b>
Servizi vari	349	0,8
<b>Totale</b>	<b>45634</b>	<b>100,0</b>

Fonte: elaborazione Censis-Fipe su dati Rapporto sul turismo italiano 2004-2005

- La capacità di produrre ricchezza non si esaurisce all'interno del proprio settore ma *genera impatti rilevanti, diretti e indiretti, anche in altri*: i turisti stranieri, ad esempio, impegnano il 4,2% della propria spesa turistica complessiva nel comparto "Tessile e cuoio", settore rappresentativo del sistema Moda, e l'1,7% in prodotti agricoli (**tab. 9**).
- È un *settore a domanda crescente*: se i nuovi gusti e gli stili di vita spingono la domanda a consumare alcuni beni a scapito di altri e la difficoltà di far tornare i conti della spesa incide sulla composizione dei consumi contribuendo al rapido mutamento del paniere della spesa dei consumatori, ebbene il cambiamento non penalizza quelle voci di spesa legate al tempo libero e alla cura di sé. Tra i consumi più gettonati nel 2004 secondo l'Istat, nonostante i rincari, ci sono i servizi alla persona (parrucchieri ed altro, 8135 milioni di euro, 4,6%), i servizi ricreativi (18.068 milioni di euro, +7,6% rispetto al 2003) e l'istruzione (6.401 milioni di euro, 3,6% in più). La spesa delle famiglie in attività ricreative e culturali e nella ristorazione è rispettivamente triplicata e più che raddoppiata nell'arco di oltre un trentennio (dal 1970 al 2004).
- Le attività connesse con l'organizzazione del tempo degli italiani risultano in crescita tra il 1991 e il 2001, sia in termini di unità locali che di addetti laddove le attività economiche tradizionalmente portanti per l'economia del Paese – dal Manifatturiero al Commercio – hanno fatto registrare segnali di stanchezza; tra tutti i segmenti analizzati il Gioco presenta la crescita complessiva più consistente sia di unità locali (+43,6%) che di addetti (33,3%). Al suo interno i parchi divertimento contribuiscono fortemente a tale incremento - il numero di strutture cresce del 14,5% e quella degli addetti del 95,5% - ma altrettanto consistentemente incide il gioco d'azzardo (+56% ul, +21% addetti) segno evidente di una spiccata propensione degli italiani per questo tipo di attività. Il comparto della ristorazione fa registrare un incremento consistente in misura maggiore rispetto al comparto di bar e caffè; in generale le unità locali si accrescono variando da un massimo di 183,7% (impianti sportivi polivalenti) ad un minimo del 4,9% (bar e caffè tradizionali) (**tab. 11**).

**Tab. 9 - Spesa totale per ramo e branca (milioni di euro correnti). Anno 2003**

Comparti	Consumi turistici stranieri. Val. ass.	Consumi turistici stranieri. Val. %
Agricoltura	479	1,7
Prodotti energetici	1261	4,5
Alimentari	1774	6,3
Tessili e cuoio	1187	4,2
Altri prodotti della trasformazione ind.	2676	9,6
Costruzioni	43	0,2
Commercio	3759	13,4
<b>Alberghi e ristoranti</b>	<b>12491</b>	<b>44,6</b>
Trasporti	603	2,2
Intermediazione monet. finanz.	49	0,2
Locaz. Di fabb. (att. Imm. E di nol.)	1728	6,2
<b>Attività ricreative</b>	<b>1787</b>	<b>6,4</b>
Servizi vari	141	0,5
		0,0
<b>Totale</b>	<b>27978</b>	<b>100,0</b>

Fonte: elaborazione Censis-Fipe su dati Rapporto sul turismo italiano 2004-2005

Tab. 11 - Consumi fuori casa e tempo libero:UL,imprese e addetti alle UL - Indicatori stru\Italia - Anni 1991-2001 (v.a. e var.%)

		Unità locali	Addetti alle unità locali	Unità locali	Addetti alle unità locali
		Val.ass. 2001		Var.% 1991-2001	
Consumi alimentari fuori casa	Ristoranti				
	-Ristorazione con somministrazione	75.407	267.052	23,3	21,3
	-Ristorazione con preparazione di cibi da asporto	14.485	28.904	60,7	41,4
	-Ristorazione su treni e navi	25	469	47,1	1.412,9
	<b>Totale</b>	<b>89.917</b>	<b>296.425</b>	<b>28,1</b>	<b>23,2</b>
	Bar				
	-Bar e caffè	112.888	250.384	4,9	3,3
	-Bar, caffè' con intrattenimento e spettacolo	1.752	4.343	137,1	100,2
	-Bottiglierie ed enoteche con somministrazione	961	1.940	35,2	30,4
	-Gelaterie e pasticcerie con somministrazione	6.150	12.421	43,6	22,5
<b>Totale</b>	<b>121.751</b>	<b>269.088</b>	<b>7,4</b>	<b>5,0</b>	
Gioco	Attività dei parchi di divertimento	600	2.191	14,5	95,5
	Attività riguardanti il gioco d'azzardo	1.928	6.825	56,0	21,0
	<b>Totale</b>	<b>2.528</b>	<b>9.016</b>	<b>43,6</b>	<b>33,3</b>
Stabilimenti balneari e locali notturni	Gestione di stabilimenti balneari:maritimi, lacuali e	5.368	9.820	20,2	17,8
	Sale da ballo e simili	3.619	13.251	-0,6	-2,4
	<b>Totale</b>	<b>8.987</b>	<b>23.071</b>	<b>10,9</b>	<b>5,3</b>
Sport e fitness	Gestione di piscine	1.055	2.863	61,6	7,7
	Gestione di campi da tennis	447	584	-66,6	-67,9
	Gestione di impianti polivalenti	2.919	3.737	183,7	55,1
	Gestione di palestre sportive	7.450	7.595	32,4	-21,2
	Gestione di altri impianti sportivi	2.077	4.743	49,5	35,5
<b>Totale</b>	<b>13.948</b>	<b>19.522</b>	<b>39,0</b>	<b>-2,5</b>	
<b>Totale Economia del Tempo libero</b>		<b>237.131</b>	<b>617.122</b>	<b>16,5</b>	<b>15,2</b>

Fonte:elaborazione Censis-Fipe su dati Istat

## I NUMERI DEL SETTORE<sup>1</sup>

Il mercato del tempo libero così come è stato riarticolato si compone di 7 comparti e 12 segmenti che spaziano dalla ristorazione all'entertainment notturno, dal fitness al termalismo, dalle formule più innovative di turismo al gioco, dagli stabilimenti balneari allo shopping nelle grandi cattedrali del consumo (**tav. 1**). La loro eterogeneità rende complesso il tentativo non solo di realizzare confronti infrasettoriali ma anche di dare unitarietà e coesione al tutto. Tuttavia per dare un'idea dell'ordine di grandezza del giro d'affari che il settore è in grado di generare è stato calcolato il fatturato complessivo e la relativa composizione percentuale (**tav. 2**).

La voce di spesa più consistente è quella che riguarda il mondo dei *consumi alimentari fuori casa*. Un fatturato di 40 miliardi di euro molto più di quanto realizzato dal segmento del fitness e dell'estetica che si ferma "solo" a quota 10,3 miliardi di euro. In Italia lo "stare bene a tavola" ha contenuti e significati diversi: è elevata la componente conviviale ed i risvolti che ne derivano in termini di soddisfacimento del proprio bisogno di socialità; il cibo è sinonimo di piacere quindi di gratificazione personale e rientra in quel "viver bene" perseguito con così tanta costanza; infine è una forma di sperimentazione e di accrescimento culturale: si pensi ai ristoranti etnici che negli ultimi anni sono esplosi come fenomeno "di massa" in Italia.

Un altro segmento che ha ricadute economiche importanti è quello delle attività legate al fitness e al wellness: 20mila strutture per un fatturato complessivo di più di 10 miliardi di euro ed un bacino clientelare di 18 milioni di persone. Alla base di questa costante attenzione per la sfera corporea vi sono motivazioni diverse ma tutte legate al concetto che il corpo veicola la propria identità all'esterno attraverso un'immagine che si vuole unica, irripetibile, in sostanza originale.

---

<sup>1</sup> Non sono state considerate nella ricomposizione del settore attività "tradizionali" del tempo libero con l'unica esclusione dei consumi alimentari fuori casa del wellness e del fitness. Del turismo sono state esaminate formule di recente introduzione nel mercato come l'enoturismo e il circuito del golf.



**Tav. 1. L'economia del tempo libero: dimensione e ricchezza della filiera**

Consumi alimentari fuori casa	Ristoranti, Bar e caffè	Sono 86.600 le attività della ristorazione e 141.758 i bar e caffè; numericamente si concentrano per lo più al Sud e nel Nordovest, ma il tasso di penetrazione risulta più elevato nel Nordest. Il giro d'affari è pari a 40 miliardi di euro. La spesa media di chi consuma pasti al bar è di 4,9 euro, un segmento di attività con ampi margini di sviluppo.
Locali notturni	Discoteche, Night club, Sale da ballo	Più di 2500 imprese e quasi 3400 strutture sono i numeri dell'offerta dell'Entertainment notturno. In Italia nel 2003 è stata spesa una cifra pari a 600 milioni di euro solo per entrare nelle discoteche. Un fatturato complessivo di 1,4 miliardi di euro, in flessione nel 2003 del 5,9%. Un settore che complessivamente impiega 53mila addetti di cui 35mila dipendenti.
Fitness e wellness	Termalismo e beauty farm	Un giro d'affari di oltre 317 milioni di euro con un indotto che supera i 2000 milioni ed un numero di occupati, tra fissi e stagionali, pari a 15.350. Sono 1,3 milioni i frequentatori delle terme alla ricerca del benessere, 2,7 milioni gli arrivi nelle località termali.
	Palestre e centri di cura del corpo	In Italia si contano oltre 5.000 palestre, più di 7.600 centri estetici, circa 7500 istituti di bellezza per un giro d'affari complessivo di 10 miliardi di euro di fatturato e 18 milioni di clienti. Il 23% della popolazione adulta frequenta regolarmente una palestra e l'8,7% si reca regolarmente in centri per la cura del corpo.
Turismo enologico e circuito del golf	Enoturismo Circuito del golf	Un giro d'affari del mondo del vino in Italia di 8 miliardi di euro di cui 2 miliardi generati dai flussi dell'enoturismo. 53 le zone enoturistiche, 421 le città del vino e 112 le strade del vino per una lunghezza di 10mila km frequentate annualmente da oltre 4 milioni di visitatori cresciuti negli ultimi dieci anni ad un tasso medio annuo del 6%. Sono 271 i circoli del golf presenti in Italia localizzati per lo più nel Nord del Paese. Più di 300 i campi in erba e oltre 76.000 i giocatori abituali. Un fatturato di 100 milioni di euro nel 2001, 438mila le presenze dei turisti golfisti (il 50% sono stranieri).
Gioco	Casinò Bingo Parchi ricreativi	Quattro i casinò tutti dislocati nel Nord Italia: Sanremo, Campione, Venezia, Saint Vincent. Solo nel 2004 sono stati oltre 2 milioni gli ingressi registrati mentre le entrate hanno raggiunto i 557 milioni di euro incrementandosi del 3% rispetto all'anno precedente. Nel 2004 il giro d'affari è salito a 1.544 milioni di euro, il 23% in più di quanto registrato nel 2003. Un numero di sale attive pari a 260, oltre 5.000 dipendenti, 870 milioni di cartelle vendute nel 2003 per un valore di 1,2 miliardi di euro: sono questi i numeri di segmento importante del business del gioco in Italia. Sono 139 i parchi tematici in Italia, 5.900 gli addetti, 25 milioni i visitatori per un giro d'affari complessivo che supera i 300 milioni di euro. Il settore cresce ad un ritmo del 2% annuo e si estende su di una superficie di ben 14 milioni di mq.
Stabilimenti balneari	Stabilimenti marittimi, lacuali, fluviali	Sono oltre 12mila le strutture balneari in Italia con una concentrazione significativa nel Sud del Paese, circa 2682 le spiagge autonomamente gestite dagli alberghi e 2500 quelle associate a campeggi e villaggi turistici. Il fatturato nel 2000 ha raggiunto quota 1230 milioni di euro di cui il 34% concentrato nel Nordest. Sono circa 10 milioni gli utenti italiani dei servizi offerti dagli stabilimenti balneari.
Shopping	Outlet Centri commerciali	Una superficie complessiva di 137mila mq suddivisa per 8 centri ai quali entro il 2006 dovrebbero aggiungersi ulteriori 10 strutture. Sono 3.700 gli addetti per un fatturato complessivo nel 2003 di 652 milioni di euro. Triplificati nell'arco di 10 anni, sono passati tra il 1994 al 2003 da 226 a 603 strutture. Solo tra il 2001 e il 2003 i centri commerciali sono cresciuti del 12,3% generando 66 nuove strutture. Assorbono una quota di occupati pari a circa 133mila unità incrementatesi tra il 2001 e il 2003 del 18%.

Fonte: elaborazione Censis-Fipe su dati vari

**Tav. 2 - Il fatturato del Tempo libero**

Comparti	Fatturato		
	(milioni di euro)	Fatturato distribuzione %	Val. % cumulato
Consumi alimentari fuori casa*	40000	68,6	68,6
Palestre e centri di cura del corpo	10300	17,7	86,2
Enoturismo	2000	3,4	89,7
Bingo	1500	2,6	92,2
Locali notturni	1400	2,4	94,6
Stabilimenti balneari	1200	2,1	96,7
Factory Outlet Center**	652	1,1	97,8
Casinò	557	1,0	98,8
Terme	317	0,5	99,3
Parchi divertimento	300	0,5	99,8
Circuito del golf	100	0,2	100,0
<b>Totale</b>	<b>58326</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

\*La voce può essere disaggregata assegnando al segmento ristorante il 65% del volume d'affari e al segmento bar il restante 35%.  
All'interno del segmento bar si stima che circa 4 miliardi di euro sono rappresentati dai consumi di necessità.

Fonte: elaborazione Censis-Fipe su dati vari, 2005

Se prima questa forte attenzione per la corporeità era appannaggio quasi esclusivo dei giovani, oggi anche forme radicali di interventi sul corpo possono dirsi trasversali all'intera collettività.

Insieme questi due segmenti – Fitness e Wellness e Consumi alimentari fuori casa – danno vita all'86,2% del fatturato generato dal settore nel suo complesso e assorbono secondo alcune stime circa 400mila addetti.

Rappresentano lo zoccolo duro dell'Economia del tempo libero, i consumi irrinunciabili degli italiani.

Gli altri segmenti analizzati hanno invece una dimensione molto più contenuta. E' bene tuttavia ribadire che si tratta spesso di segmenti di recente inserimento nel mercato: le sale Bingo sono state introdotte in Italia da soli tre anni, i factory outlet e i parchi divertimento sono realtà commerciali anch'esse molto recenti; anche la stessa messa a risorsa in termini turistici del vino e del golf è di questi anni come anche gli interventi di rinnovo delle strutture balneari avviate a divenire vere e proprie strutture di intrattenimento.

L'enoturismo è il terzo segmento nell'ordine per fatturato realizzato: 2 miliardi di euro (il 3,4% del fatturato complessivo) ma trattandosi di un segmento "giovane" i margini di espansione si ritiene possano essere ampi. Basti pensare che il circuito delle strade del vino attira un flusso di 4 milioni di visitatori e che nell'ultimo decennio ha avuto un accrescimento medio annuo del 6%. Si tratta di numeri importanti considerando che il settore turistico sta attraversando una fase di generale rallentamento.

Bingo, locali notturni, stabilimenti balneari si attestano più o meno allo stesso livello realizzando ricavi che si aggirano tra i 1.500 e i 1.230 milioni di euro. Concorrono al fatturato di settore nella misura rispettivamente del 2,6%, 2,4% e del 2,1%.

Il gioco del Bingo dopo un primo periodo di assestamento, ha ripreso slancio: le 260 sale attive – per un totale di circa 5mila addetti - hanno generato nel 2004 un incremento di fatturato del 23% rispetto all'anno precedente. Diversamente accade per i locali notturni che con 53mila addetti, di cui 35mila dipendenti, hanno visto il fatturato scendere a 1.400 milioni di euro (il 5,9% in meno rispetto al 2002) ma si tratta pur sempre di una cifra considerevole. Per frequentare gli stabilimenti balneari gli italiani

spendono circa 1.230 milioni di euro. La quota più rilevante di fatturato trova origine negli stabilimenti del Nordest anche se la numerosità delle strutture è di gran lunga più elevata al Sud dove evidentemente esiste un problema di efficienza e di redditività delle unità locali.

Di particolare rilievo è anche la persistente crescita di factory outlet, casinò, terme, parchi divertimento e circuito del golf sia in termini di struttura dell'offerta che di dimensione e articolazione della domanda. Insieme questi segmenti realizzano circa il 3% del fatturato complessivo delle attività legate al tempo libero, ma dispongono di ampi margini di incremento del giro d'affari come dimostra il trend sostanzialmente crescente.

Il *business* dei *factory outlet centre* in Italia è in costante crescita. Sono attualmente attive 8 strutture che danno lavoro a 3.700 addetti, ma entro il 2006 si stima che ne debbano sorgere altre dieci. Anche i centri commerciali di ultima generazione sono in crescita: tra il 2001 e il 2003 sono cresciuti del 12,3% generando 66 nuove strutture. La superficie di vendita si è ampliata in questi due anni del 15% e gli occupati del 18% (sono attualmente 132.965 le unità impiegate nelle attività).

I quattro casinò presenti in Italia realizzano l'1% del fatturato ben 557 milioni di euro cresciuto nel 2004 del 3% rispetto all'anno precedente.

Allo stesso modo cresce la domanda di termalismo intrecciata alla beauty farm. Gli arrivi dei clienti presso le terme per usufruire di servizi legati al segmento del benessere sono cresciuti nel 2002 dell'11,2% e nel 2003 del 15,5% (per il segmento delle cure termali sono, al contrario, diminuiti del 3,6% nel 2002 e del 5,9 nel 2003). In questi luoghi dove è possibile trascorrere periodi di riposo più o meno lunghi per dedicarsi alla cura del corpo come forma di piacere, al recupero della serenità interiore, gli italiani spendono in media a testa 315,63 euro per attività legate al benessere – segmento a più elevato valore aggiunto - e 143,21 per quelle legate al termalismo in senso stretto.

Sono 139 i parchi tematici che si estendono su 14 milioni di mq, offrono lavoro a 5.900 addetti e accolgono annualmente 25 milioni di visitatori. Il giro d'affari supera i 300 milioni di euro e in generale il settore cresce ad un ritmo del 2% annuo.

Il circuito del golf rappresenta, infine, il segmento che meno di ogni altro contribuisce alla ricchezza del settore. Il fatturato è appena di 100 milioni di

euro all'anno (lo 0,2% del fatturato complessivo) ma si tratta di un'attività particolarmente di nicchia che in Italia non ha trovato ancora il giusto supporto. Le presenze dei turisti golfisti in Italia sono per la metà straniere, ma il comparto riesce ad attrarre solo una minima parte (440.000) dei 25 milioni di turisti che rappresentano il bacino di utenza a livello mondiale. Se si pensa che la domanda a livello mondiale cresce al ritmo dell'8% annuo, è facile vedere quali potrebbero essere le prospettive di sviluppo del comparto se adeguatamente sostenuto a livello nazionale.