



Il turismo culturale e l'analisi dell'impatto economico nelle regioni meridionali

Salvio Capasso

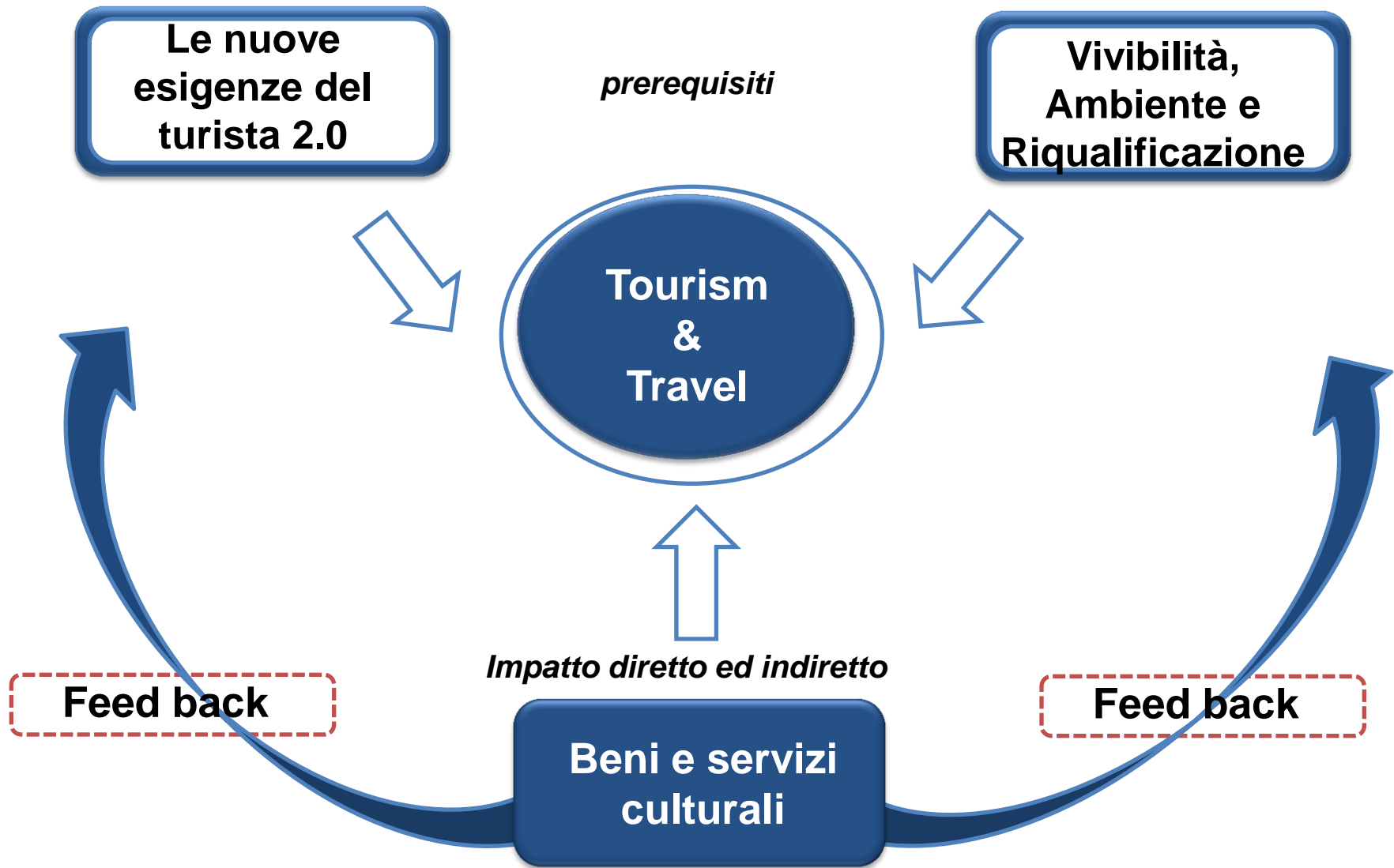
Responsabile Ufficio Economia delle Imprese
e Mediterraneo - SRM

Paestum, 30 Ottobre 2014

Agenda

- Il turista si evolve: le caratteristiche della «domanda»
- La filiera culturale ed il contributo al turismo in Italia e nel Mezzogiorno
- L'impatto economico del turismo: il moltiplicatore del Pil
- Alcuni spunti per la discussione

Il turismo: è un motore per la crescita ... se si «guarda lontano»





La domanda turistica è fortemente mutata diventando: più *globale*, più *selettiva*, più *instabile* ...

Turista di Oggi: le «6I»

- Innovatore
- Informato
- Infedele
- Interessato
- Impaziente
- Internazionale

Alcuni dei fattori di cambiamento della domanda

- Modello low cost
- Internet come strumento di informazione e di promo-commercializzazione.
- Turismo esperienziale, motivazionale, selettivo e sociale.

■ Da un modello in cui la vacanza annuale era una sola e importante perché era tra gli investimenti economici più importanti nell'anno si è passati a considerare il turismo come una **“commodity”**



Aumenta il cosiddetto «*spending divide*» ... e si identificano «nuovi» turisti

- E' dal 1958 che non si verificava il “sorpasso” dei turisti stranieri su quelli domestici in Italia: nel 2013, gli stranieri hanno contribuito al 50,4% degli arrivi e al 50,1% delle presenze totali.
- Aumenta **lo *spending divide*** tra i turisti con una crescente disponibilità di spesa e quelli più sensibili alla congiuntura economica.
 - I primi non fronteggeranno cambiamenti radicali per quanto concerne il comportamento turistico e, invece, **richiederanno continui miglioramenti degli standard qualitativi offerti**, specie in relazione all’ospitalità alberghiera.
 - I secondi, invece, asseconderanno le tendenze in atto: **lo *short break* diverrà più frequente**, le destinazioni saranno a più corto raggio, il mezzo di trasporto sarà maggiormente condiviso e l’alloggio prescelto più accessibile. **Il fattore “prezzo” assumerà sempre più importanza e gli acquisti last minute** incrementeranno il loro peso rispetto alle modalità d’acquisto con relativo anticipo.

... e quindi il sistema dell'offerta, deve adeguarsi ad una "nuova" catena del valore turistica



- Se prima era concepita in **ottica di produzione** partendo dalla considerazione che il **prodotto turistico** sia "**solido**" ovvero esistente e confezionato per essere consumato.....

IL PRODOTTO INDIRIZZATO AL CLIENTE: OTTICA DI PRODUZIONE



-adesso, invece, si segue l'**ottica della promozione** dove è il cliente che va verso il prodotto, e se lo crea partendo dalle sue richieste. Il prodotto, pertanto non è più solido bensì **liquido e modellabile**.
- Si acquiscono i problemi e le opportunità derivanti **dall'accessibilità del cliente al prodotto/motivazione e della sua immediata e facile fruibilità** (*nuovi canali social e web*).

Agenda

- Il turista si evolve: le caratteristiche della «domanda»
- La filiera culturale ed il contributo al turismo in Italia e nel Mezzogiorno
- L'impatto economico del turismo: il moltiplicatore del Pil
- Alcuni spunti per la discussione

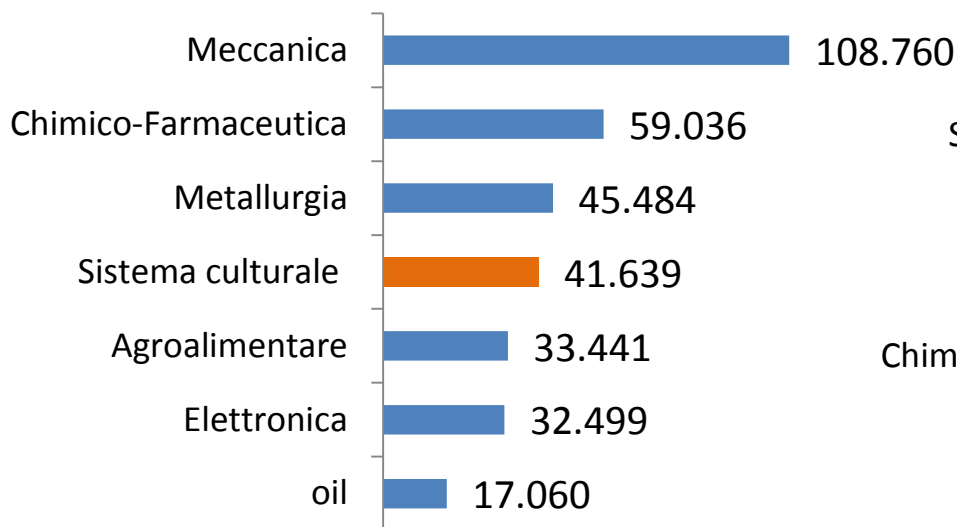
I beni culturali in Italia al 2014 - alcuni numeri

- **50** siti Unesco su 367 UE e 1001 nel mondo.
- V.A. Culturale: circa **80** miliardi di euro (5,7% del PIL totale)
- V.A. filiera culturale: **214** miliardi di euro (15,3% V.A. Italia)
- Occupati Cultura: **270 mila** (1,2% occupati in Italia); **+4,8%** dal 2010-2013
- Occupati filiera culturale: **1,6 milioni** (7,1% occupati Italia); **-3%** 2010-2013
- Export: **41,6 miliardi** (10,7% del totale Italia)
- Pil Turismo culturale: **54** miliardi di euro (33% del PIL turistico*)
- Arrivi Turismo culturale : **oltre 37** milioni (36% degli arrivi turistici)
- **4.588 istituti** aperti al pubblico
- **103 milioni** visitatori di cui 53% visitatori paganti

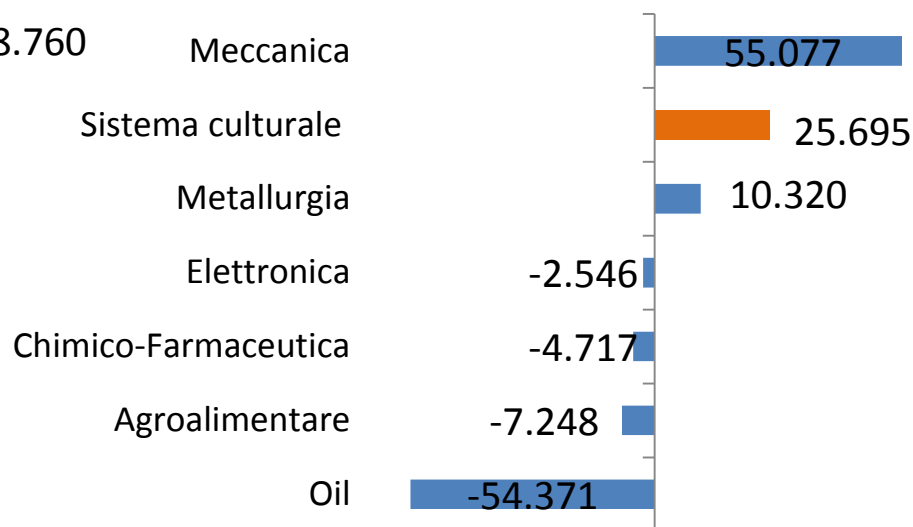
La cultura produce un export di qualità...

- L' Export legato alla cultura continua ad andare molto forte. **Ha raggiunto i 41,6 miliardi nel 2013** (dai 30,7 miliardi del 2009), pari al 10,7% di tutte le vendite oltre confine delle nostre imprese.
- Il settore può vantare una bilancia commerciale sempre in attivo negli ultimi 22 anni!

Export (dati in mil)



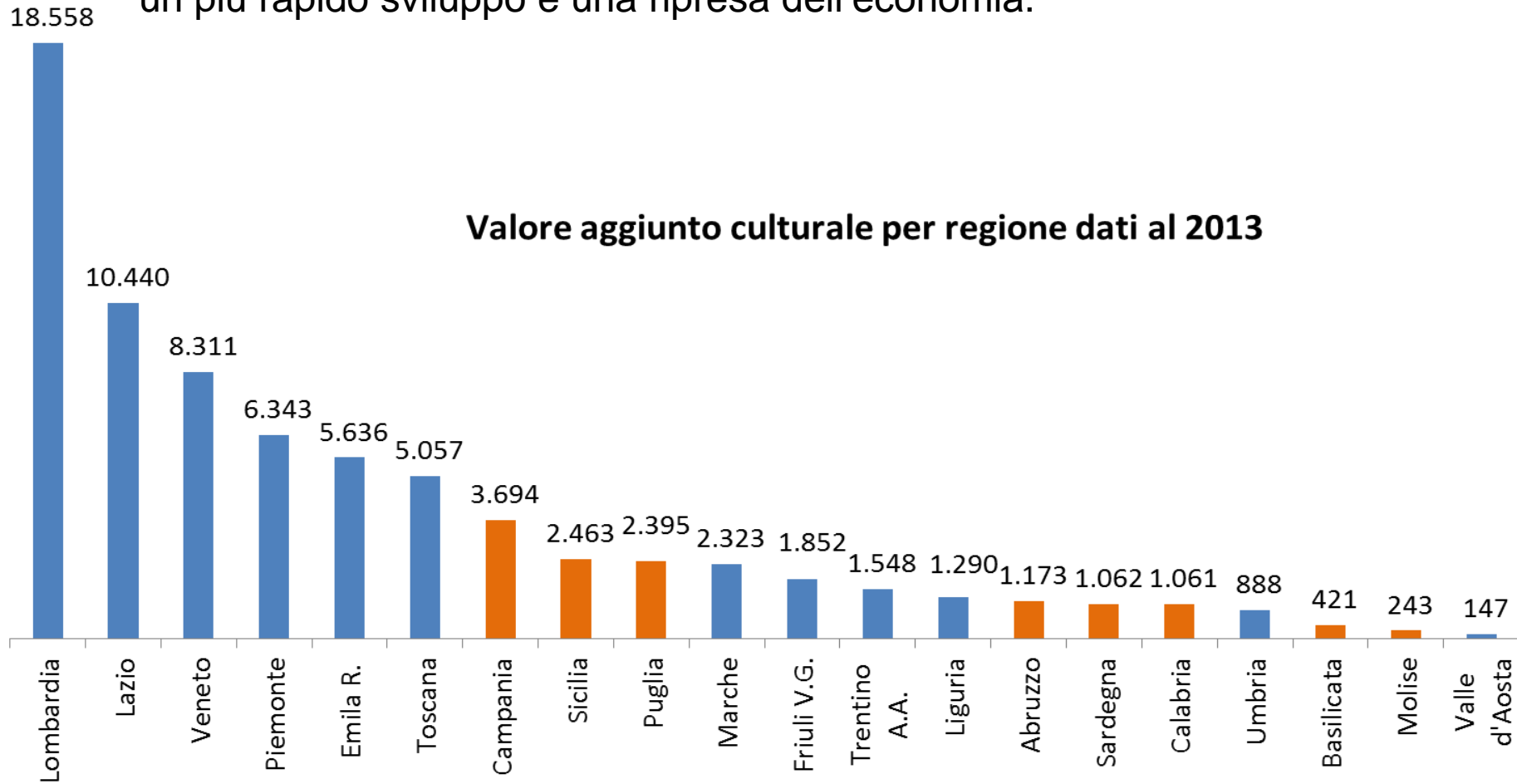
Saldo comm.le (dati in mil)



In Italia un euro su dieci esportati è prodotto dalla cultura.

...e genera su di esso importanti ricadute in termini di V.A...

- Il Mezzogiorno è ancora su livelli contenuti di produzione di valore aggiunto culturale e più distaccato dalle performance delle altre aree italiane che meglio hanno potuto cogliere le opportunità che il sistema culturale offre per un più rapido sviluppo e una ripresa dell'economia.



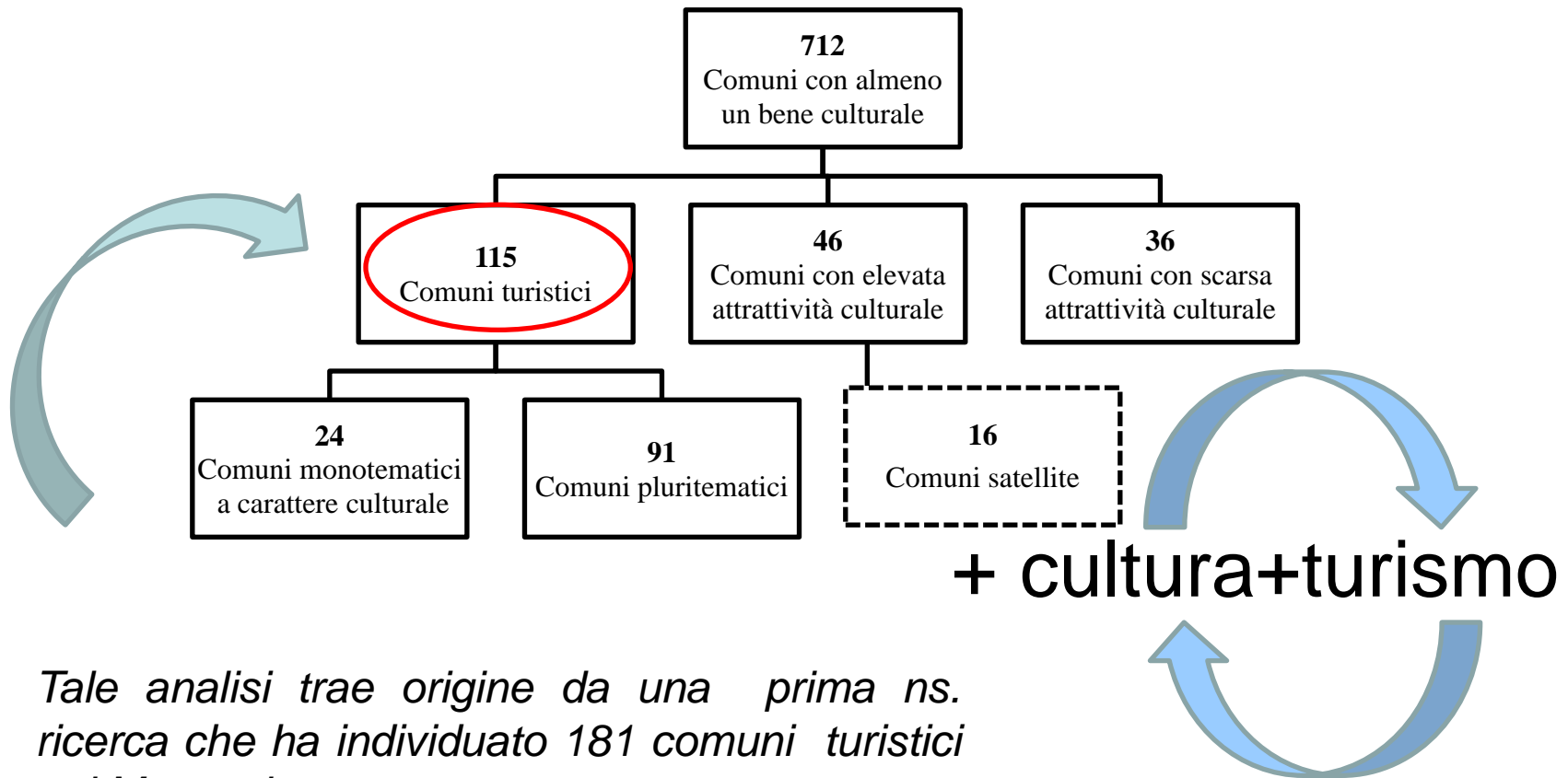
I beni culturali nel Mezzogiorno - alcuni numeri

- Occupati **nel settore cultura: circa 44 mila** (0,8% del totale occupati) -6,2% dal 2010 al 2013; Occupati **nella filiera cultura: circa 290 mila** (4,9% del totale occupati) +5,0% dal 2010 al 2013
- **Offerta di siti culturali** (Musei, Monumenti e aree archeologiche e circuiti museali) nel Mezzogiorno - peso su Italia: **25%** (contro 28% del Centro e 48% del Nord).
- Domanda dei visitatori nei **musei, zone archeologiche e monumenti, nel Mezzogiorno - peso su Italia: 17%** (24,6% gli extraeuropei), contro 45% del Centro e 38% del Nord.
- L'offerta culturale meridionale si caratterizza per una maggiore presenza di **musei (72%) seguiti dai monumenti o siti monumentali (17%) e parchi ed aree archeologiche (11%)**.
- Forte concentrazione di visitatori in alcune regioni. In particolare nel Mezzogiorno spiccano la **Campania (con 7,5 milioni di visitatori – 5 regione d'Italia), la Sicilia (4,9 milioni)** seguita, a distanza, dalla Sardegna (1,6 milioni) e dalla Puglia (1,5 milioni).
- **Pil Turismo culturale meridionale pari al 9,2%** del PIL turistico (contro il 33% dell'Italia).

Mappatura ed analisi statistica

L'analisi statistica attuale sui comuni a vocazione culturale ha permesso di individuare **712** comuni con almeno 1 «attrattore culturale».

- **197** sono comuni a valenza culturale



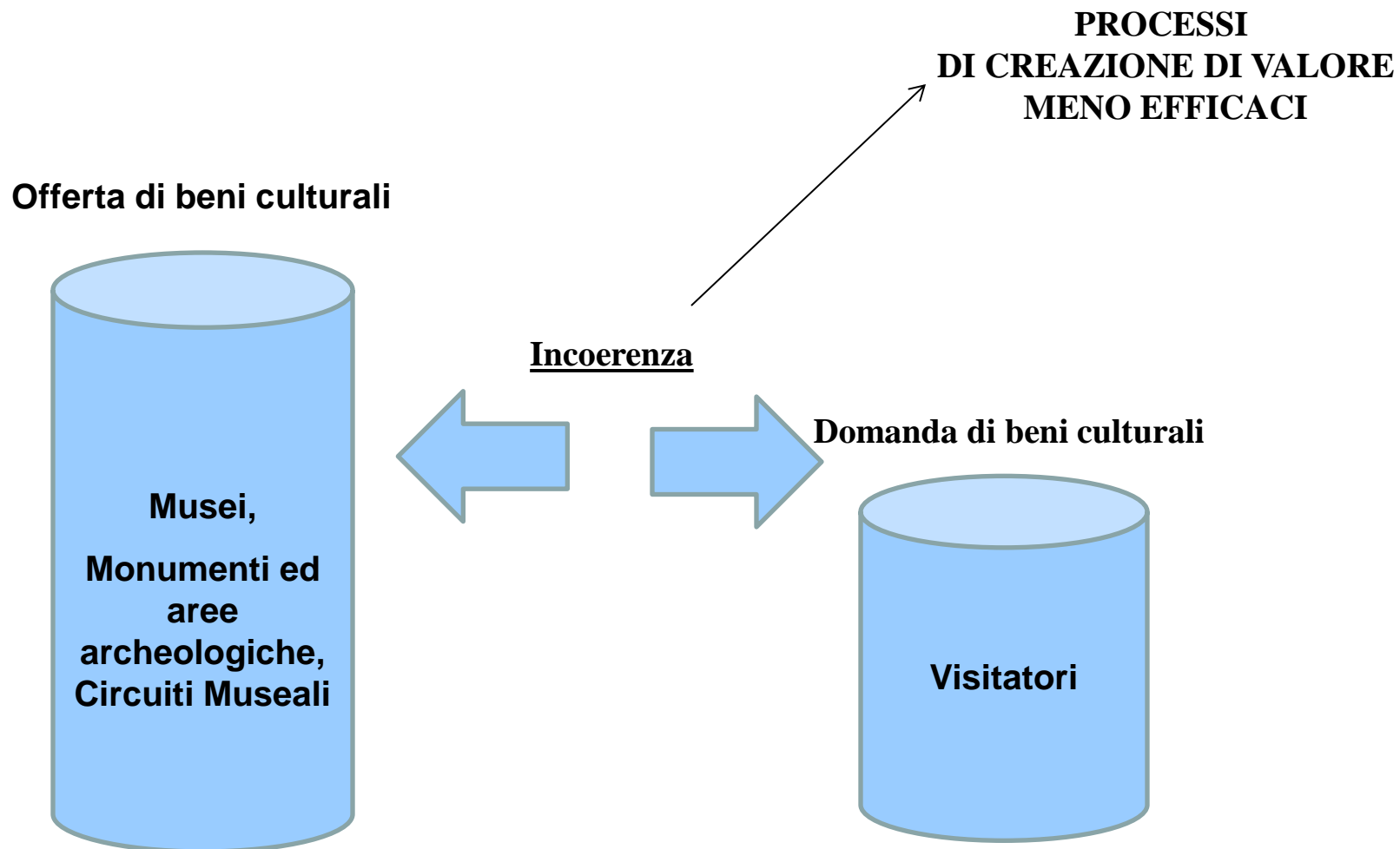
Tale analisi trae origine da una prima ns. ricerca che ha individuato 181 comuni turistici nel Mezzogiorno.

Identificazione delle località culturali turistiche e non.

	Cluster turistici culturali	Cluster turistici pluritematici	Località culturali potenzialmente turistiche	Località culturali con scarsa attrattività turistica	Tot. Località culturali
Abruzzo		14	1	6	21
Basilicata		3	4		7
Calabria	1	4	5	3	13
Campania	7	20	11	11	49
Molise		3	2	2	7
Puglia	5	11	8	3	27
Sardegna		22	3		25
Sicilia	11	14	12	11	48
MEZZOGIORNO	24	91	46	36	197

- Il 4% dei comuni nel Mezzogiorno sono considerabili come realmente culturali (domanda e offerta)
- Il 7% dei comuni può essere considerato a valenza culturale. ... ma il 25% dei comuni avrebbe un attrattore.

Analisi Desk: Incrocio tra domanda e offerta nel Mezzogiorno

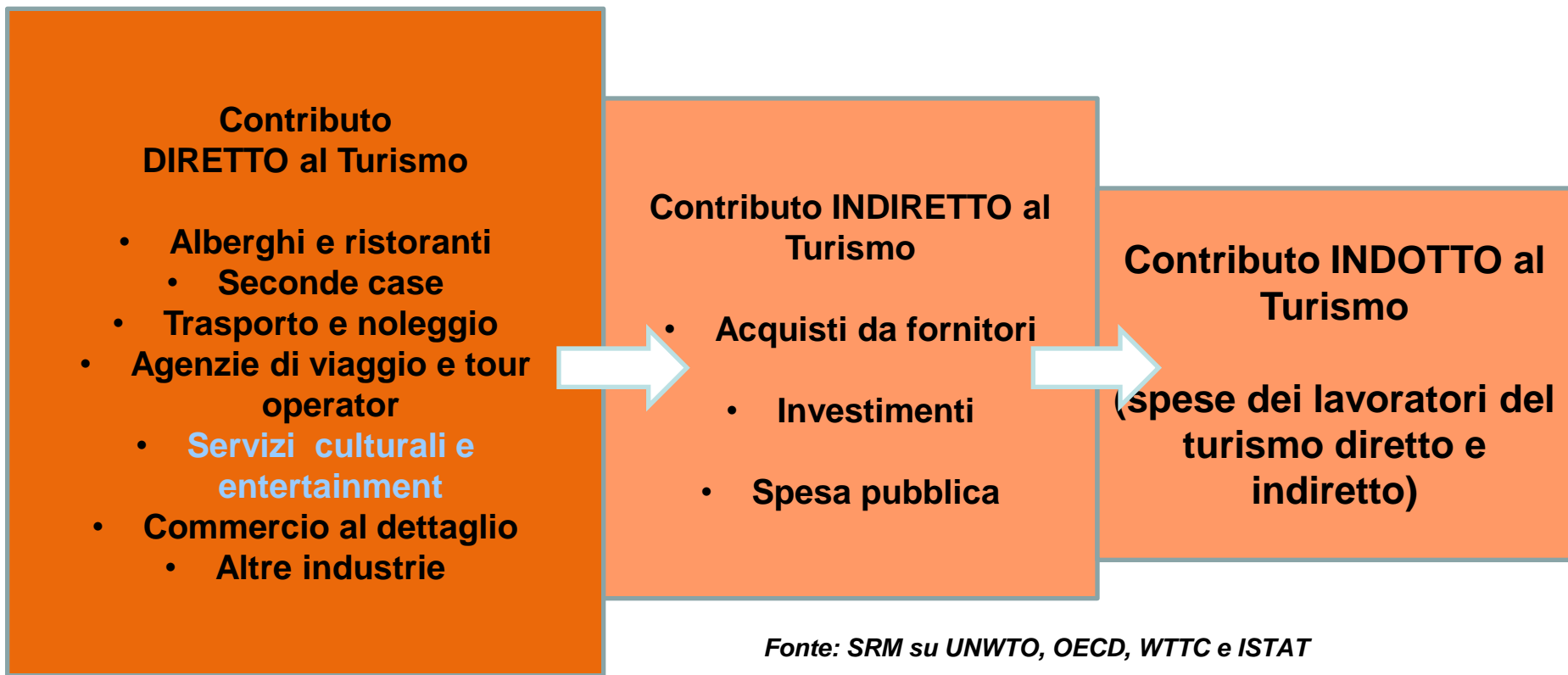


Agenda

- Il turista si evolve: le caratteristiche della «domanda»
- La filiera culturale ed il contributo al turismo in Italia e nel Mezzogiorno
- L'impatto economico del turismo: il moltiplicatore del Pil
- Alcuni spunti per la discussione

Come impatta economicamente il Turismo sui territori?

Il ruolo strategico del culturale per il turismo



Il contributo degli stranieri alla spesa nel turismo culturale



I turisti culturali spendono, al giorno, più degli altri turisti: **85€** contro **75€**
Per gli **stranieri** la spesa sale a **87€**

I turisti culturali stranieri

visitano
musei



42,1%
(22,7%)

scelgono
monumenti



e siti archeologici
17,9% (19,2%)

si dedicano
allo shopping



33% (24,9%)

La spesa dei turisti culturali stranieri nel 2013
5 miliardi di euro (al netto di viaggi e pernottamenti)



Il 43,2% spende
in acquisti
di abbigliamento
(488 milioni di
euro)



Il 24,4% spende
in acquisti di
calzature
(305 milioni
di euro)



Il 13,6% spende in
acquisti di
gioielleria,
(128 milioni
di euro)



Il 41,6% spende
in biglietti/card
per musei
(296 milioni
di euro)



Il 17,8% spende
in visite guidate
(71 milioni
di euro)

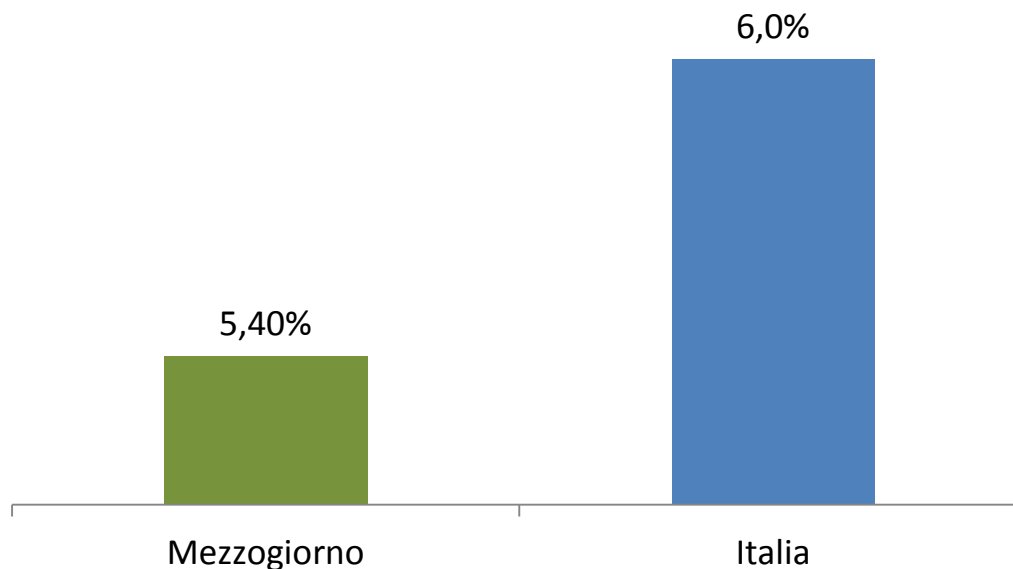


Il 13,2% spende
nei bookshop
dei musei
(58 milioni
di euro)

L'incidenza del Pil turistico diretto nel Mezzogiorno

sul totale è quasi in linea con la media nazionale.

- Nel Mezzogiorno si stima un **valore turistico diretto di 17.453** milioni di euro, pari **al 5,4% del valore aggiunto totale**. La vocazione turistica meridionale (5,4%) è leggermente inferiore a quella dell'Italia (6%).
- Il valore aggiunto turistico del Mezzogiorno è **pari quasi ad 1/4 di quello nazionale** (82.833 mln.€ - *dati del nuovo conto satellite*).



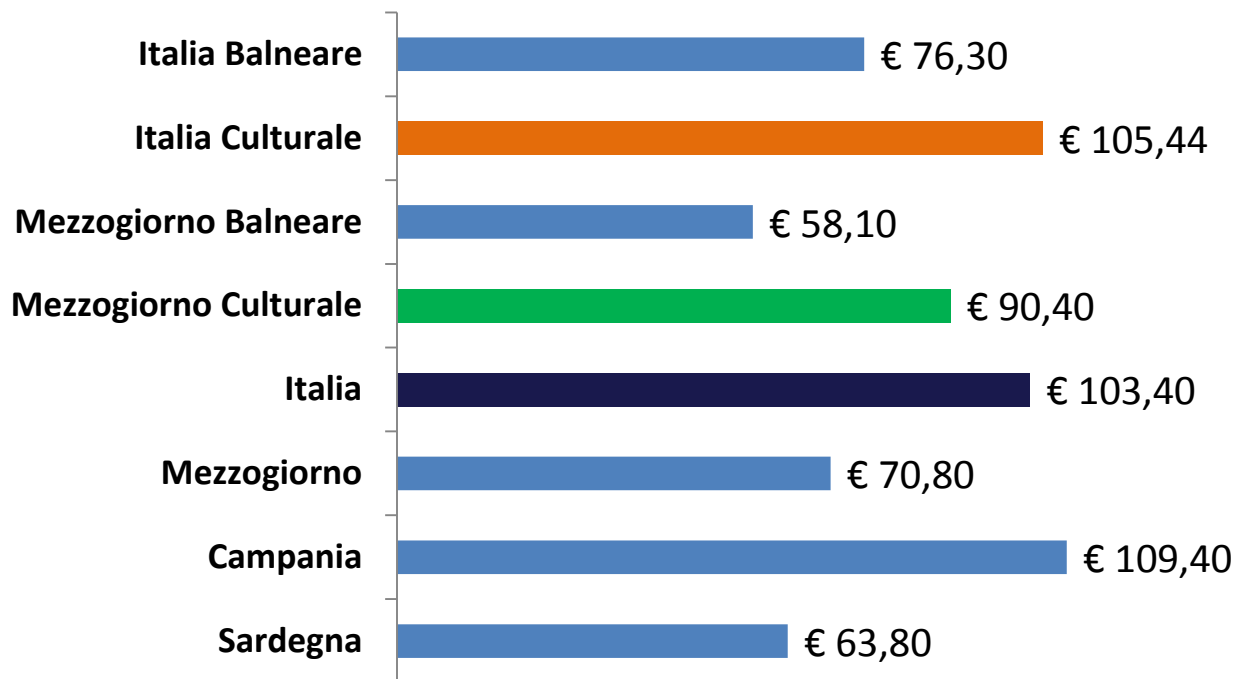
Fonte: SRM

Moltiplicatore di presenza

+ presenze turistiche culturali = + economia produttiva

Moltiplicatore di presenza = Pil attivato per 1 soggiorno aggiuntivo

- In Italia per ogni presenza aggiuntiva il turismo culturale genera 105,4 euro di Pil e presenta un valore pari ad oltre il 38% in più del dato del balneare (76,3 €). Se si lega all'enogastronomia il valore aumenta ancora.



Nel Mezzogiorno l'effetto moltiplicativo è ancora più elevato perché è pari a circa il 55% in più (a 58,1 euro di pil generato nel balneare meridionale ne corrispondono 90,4 di pil generato nel culturale).

... ha ancora margini per crescere ... reazione del VA alla crescita delle presenze turistiche

MEZZOGIORNO

- Dall'analisi della sensibilità del VA turistico alla variazione delle presenze turistiche si presentano i seguenti scenari:

Se le presenze turistiche aumentassero del..

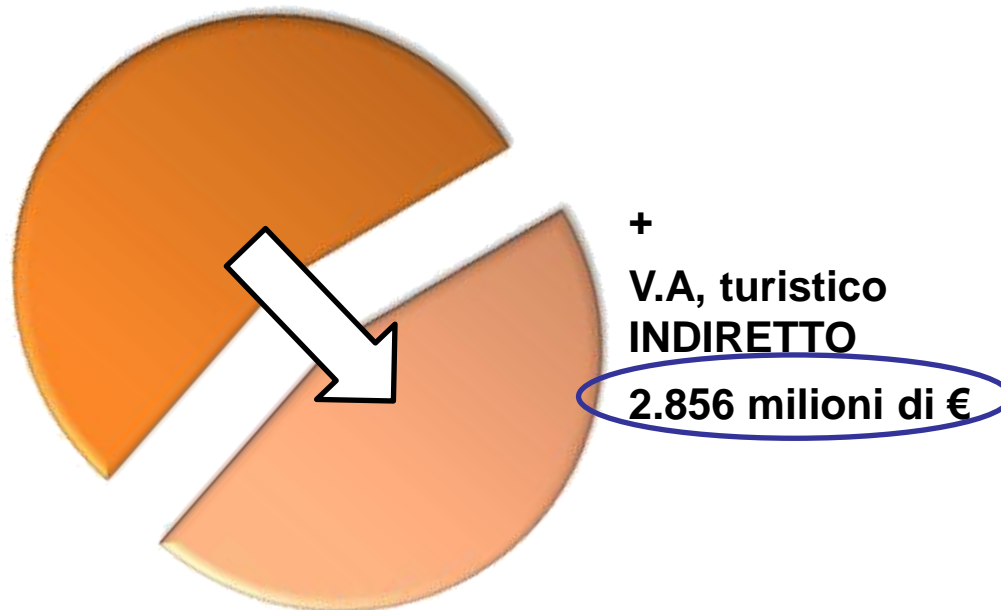
5%	- ->		- ->	872 milioni di euro arrivando a 18.326
10%	- ->	il VA turistico in meridionale crescerebbe di ...	- ->	1.745 milioni di euro arrivando a 19.198
15%	- ->		- ->	2.618 milioni di euro arrivando a 20.071
20%	- ->		- ->	3.490 milioni di euro arrivando a 20.944

Gioco di suggestione.....

Il turismo è un settore trasversale in grado di attivare ricchezza anche in altri settori collaterali.

Mezzogiorno: +20% presenze

+
V.A, turistico
DIRETTO
3.490 milioni di €



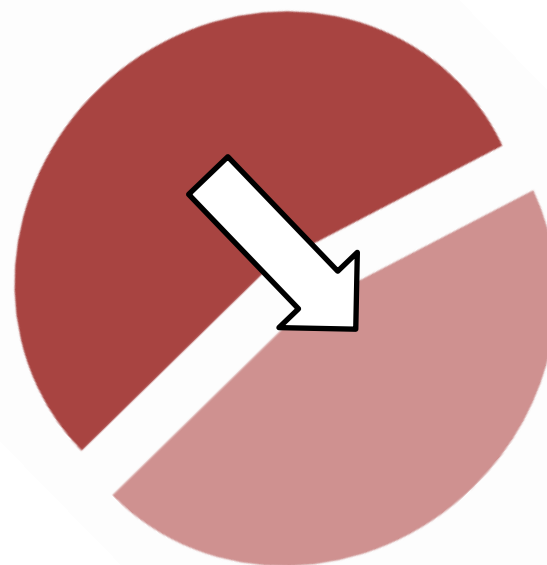
Totale complessivo attivato: 6.346 mln €

... se il Mezzogiorno riuscisse ad incrementare il valore culturale insito nel turismo avrebbe ulteriori possibilità di sviluppo

Mezzogiorno: +20% presenze legate al culturale

Se le presenze turistiche-culturali aumentassero del 20%

+
V.A, turistico
DIRETTO
4.460 milioni di €



+
V.A, turistico
INDIRETTO
3.649 milioni di €

Totale complessivo attivato: 8.149 mln €

Agenda

- Il turista si evolve: le caratteristiche della «domanda»
- La filiera culturale ed il contributo al turismo in Italia e nel Mezzogiorno
- L'impatto economico del turismo: il moltiplicatore del Pil
- Alcuni spunti per la discussione

Alcuni temi per la discussione

Quali azioni strategiche per rafforzare l'effetto moltiplicativo del turismo? (*effetto presenza*)

1. Strumenti per rafforzare la capacità di attrarre flussi di turisti internazionali (in un'ottica di promo-commercializzazione e costruzione del prodotto - destinazione)
2. Azioni sul territorio per consolidare la presenza nei mercati a più alto potenziale di attrazione.
3. Favorire i processi di filiera (es collegamento con Agroindustria) ed ampliare il potenziale turistico delle aree interne

Come incrementare il grado di attrattività turistica del territorio? (*numero di turisti*)

1. Una governance che favorisca la centralità al turismo nell'ambito delle politiche di sviluppo e di marketing territoriale e che operi sulle motivazioni del turista
2. Stimolare una cultura sistemica imprenditoriale che rafforzi la capacità di aggregazione delle imprese (consorzi e reti d'impresa ecc.) con gli attori della filiera.
3. Identificare il Turismo anche come reale opportunità di business per i finanziatori privati per favorire investimenti (in strutture ed infrastrutture di servizio), in un'ottica di cooperazione pubblico-privato.

Spunti di discussione: su cosa puntare per migliorare la competitività del settore turistico meridionale?

- **Cambia l'approccio del cliente al turismo:** si evolve la domanda e pertanto è necessario recepire un nuovo modello d'offerta, accompagnato dall'adozione di soluzioni innovative, e da una più attenta qualificazione delle risorse umane.
- **Investimenti ed apertura internazionale** sono elementi chiave su cui puntare per rilanciare. I diversi attori pubblici e privati del settore devono coordinare gli sforzi per rilanciare le attività turistiche e favorire così la crescita del valore aggiunto al suo territorio.
- **Il raggiungimento della destinazione condiziona fortemente la qualità dell'offerta turistica.** Occorre rimuovere gli ostacoli alla mobilità e favorire l'integrazione efficiente tra le diverse infrastrutture
- **E' necessario assumere una visione strategica di lungo periodo** capace di leggere i cambiamenti quali-quantitativi della domanda e dell'offerta internazionale. Un turismo sinergico con le forze endogene dell'economia: Agricoltura – Ambiente - Cultura
- **Sviluppare al massimo le sinergie imprese – banche – territori** in una visione nuova e sostenibile del turismo nel Mezzogiorno. Distretti turistici tematici e reti di relazioni.

Conclusioni

L'offerta culturale deve riuscire a **coinvolgere tutti** anche il tessuto locale altrimenti non ci potrà essere uno sviluppo del turismo culturale.

occorre

- Trovare un **equilibrio tra innovazione e esigenza di conservazione**
- Mirare alla **professionalizzazione delle risorse**
- Garantire un miglioramento **d'immagine dei territori** e puntare sulla **qualità della vita** come fattore di attrazione

Tutto ciò consentirà di generare ricchezza, valorizzando al contempo la grande offerta culturale presente sui territori