

TURISMO IN ITALIA. GLI EFFETTI LOCALI DI UN'INDUSTRIA GLOBALE

di *Alberto Corti*

“La domanda mondiale di servizi turistici, così come l'economia globale, continua ad andare oltre le aspettative dando dimostrazione di una capacità di superare gli effetti di fattori esogeni critici che va oltre le logiche tradizionali”¹. Con questa importante affermazione si apre l'ultimo numero del bollettino più importante a livello mondiale per la rilevazione statistica dei flussi di turismo e dei loro principali indicatori.

Se è dunque l'economia dei servizi ad avere guidato lo sviluppo delle principali potenze mondiali negli ultimi 2 decenni, con fenomeni ormai ampiamente riconosciuti come il passaggio del centro di potere economico dalla “*frozen belt*” alla “*sun belt*” negli Stati Uniti, è fuori di dubbio che la produzione di servizi turistici occupi proprio all'interno della componente “servizi” un ruolo di assoluto rilievo. Ben lungi dall'essere un fenomeno confinato ai cosiddetti paesi emergenti o a lontani paradisi esotici, il peso della produzione di servizi turistici sul totale della ricchezza prodotta è rilevante in alcuni dei più tradizionalmente “industriali” tra i sistemi economici occidentali. Pur limitandosi alla percentuale del PIL generata dalla spesa dei soli turisti stranieri – escludendo quindi l'effetto del turismo domestico e di quello diretto all'estero per la parte acquistata nel paese di provenienza – questa oscilla dallo 0,96% della Germania al 6,68% della Grecia, passando per il 2,11% della Francia, il 2,15% dell'Italia ed il 4,82% della Spagna².

In una fase straordinaria per il turismo italiano, che nei primi 8 mesi del 2006 registra un tenden-

ziale annuo pari a +10,3% negli arrivi e +9,3% nella spesa di turismo internazionale³, è fondamentale prendere coscienza a tutti i livelli di questa realtà economica ed esaminarne nel dettaglio componenti e tendenze per ridefinire una strategia di sistema del Turismo italiano a livello internazionale, nazionale e territoriale.

Offerta internazionale e analisi della concorrenza

Nel 2005 gli arrivi turistici internazionali nel mondo sono stati oltre 767 milioni. La sola Europa ne ha ricevuti oltre 441 milioni, totalizzando 3 volte il numero degli arrivi della seconda area, Asia e Pacifico, che raggiunge quota 155 milioni. Seguono l'America con 134 milioni e, ben distanziata, l'Africa e Medio Oriente con 37 milioni. Andando nel dettaglio delle regioni che compongono le macro aree menzionate, è l'Europa Sud mediterranea a guidare la classifica con 158 milioni di arrivi (il 20% del totale mondiale), seguita ancora dall'Europa – questa volta la regione dell'Ovest – con 142 milioni ma dopo la quale viene una regione americana, il Nord America, con 90 milioni di arrivi. Per la quarta e la quinta posizione, troviamo appaiate di nuovo una regione europea – il Centro Europa – e l'Asia del Nord Est, entrambe con 88 milioni di arrivi. L'Italia dunque, con i suoi 36 milioni circa di arrivi turistici internazionali, si trova posizionata al centro dell'area e della regione più attrattive ma anche più concorrenziali del panorama dell'offerta turistica mondiale, almeno questo dice la fotografia del contesto attuale.

¹ UNWTO World Tourism Barometer – Volume 4 n. 3 ottobre 2006 pag. 1.

² Elaborazione su dati EUROSTAT relativa a valori medi di spesa turistica di stranieri e PIL nel periodo 2001-2004.

³ UNWTO World Tourism Barometer – Volume 4 n. 3 ottobre 2006 pag. 15 e pag. 16.