



**IRPET** Istituto Regionale  
Programmazione  
Economica  
della Toscana

# **Il ruolo del turismo nell'economia Toscana: tendenze strutturali di medio lungo periodo**

**Enrico Conti**

**Firenze, 21 gennaio 2016**

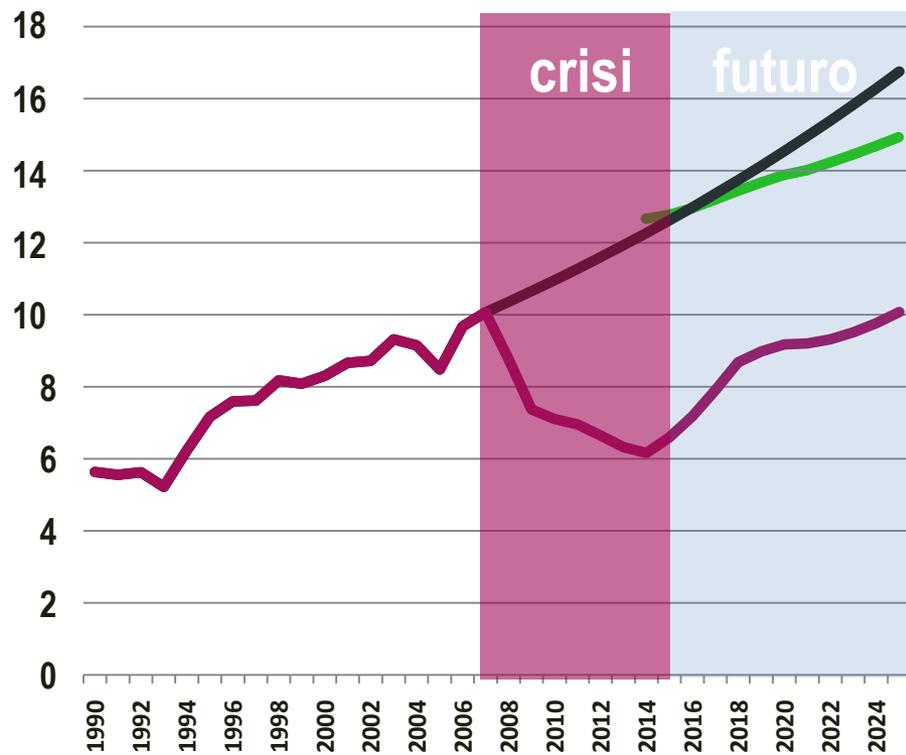
**Il contesto in cui ci muoviamo...**

**...e il ruolo del turismo**

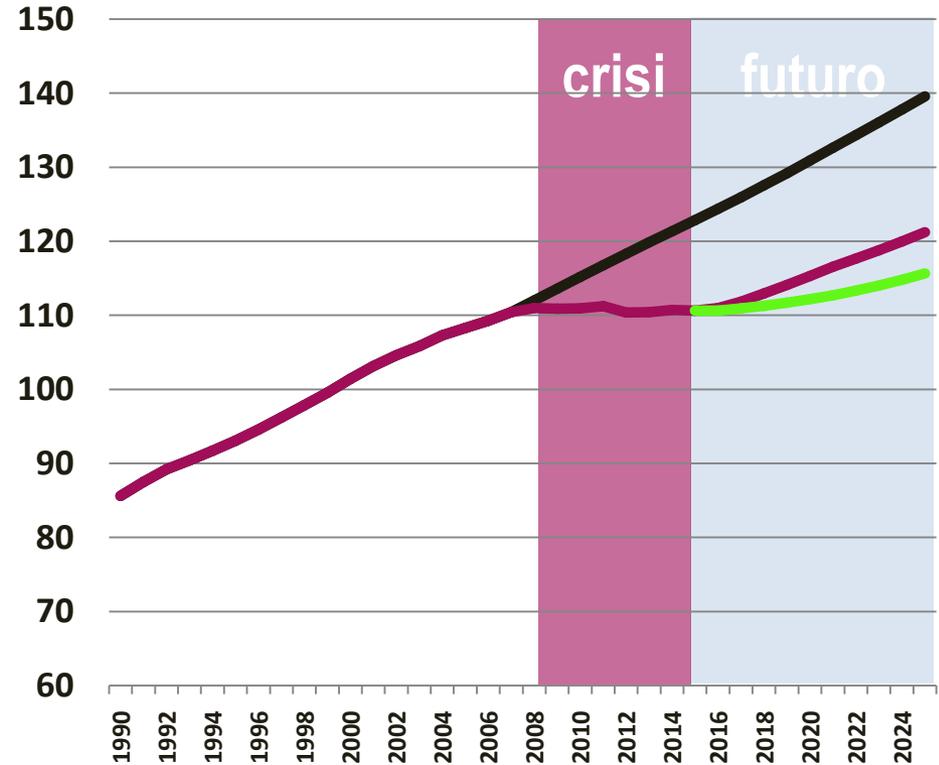
# Una crisi così non si era mai vista ...

- 5% di PIL rispetto al 2007, -27 mila occupati, -45 miliardi di investimenti, crescita **potenziale** attorno allo 0,5% per la Toscana

Investimenti settore privato. Miliardi di euro



Prodotto potenziale. Miliardi di euro



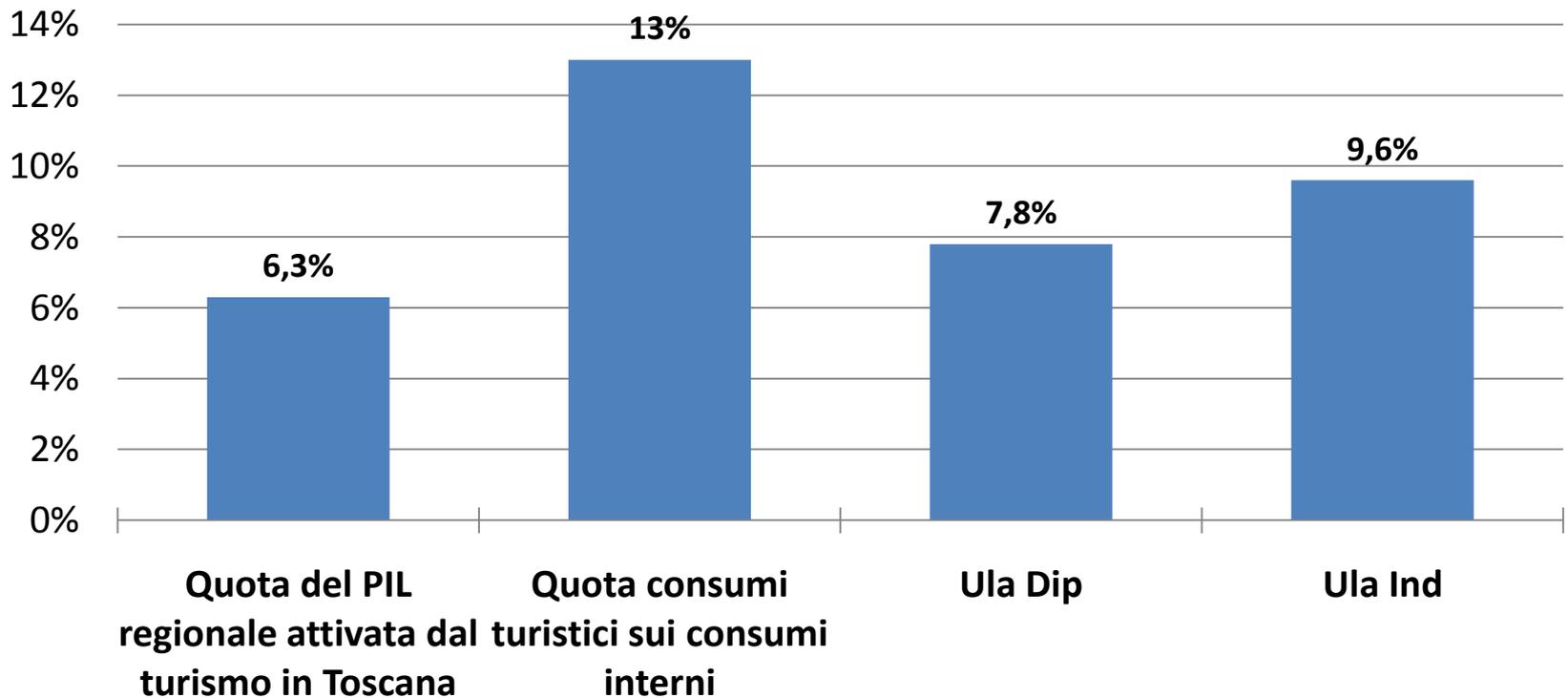
— Tendenza pre-crisi

— Tendenziale

— Tendenziale "corretto"

# Il peso del turismo nell'economia Toscana

- Nel 2014 oltre 43,5 milioni di presenze ufficiali (al decimo posto su 281 regioni europee)
- Circa 40 milioni le presenze stimate in strutture non commerciali (case in particolare)
- Oltre 8 miliardi la spesa turistica complessiva
- +4,9 miliardi il saldo turistico (al lordo delle importazioni)

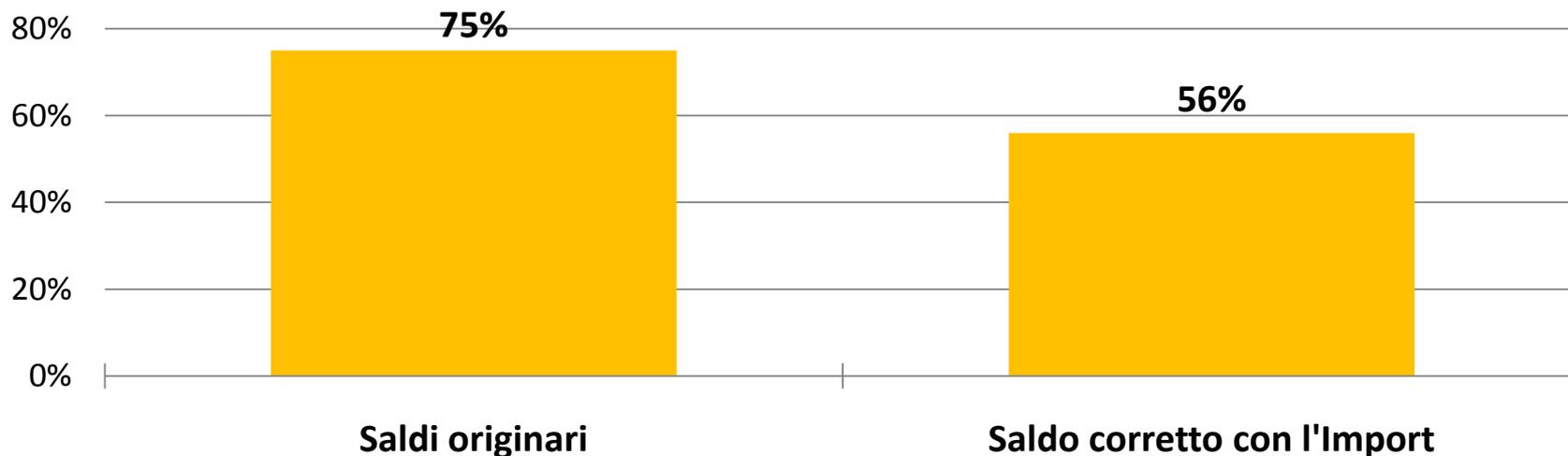


# Saldo turistico: il contributo alla bilancia commerciale

	Saldo lordo	Saldo al netto dell'import
<b>Saldo commerciale</b>	1,648	<b>-1,338</b>
<i>Saldo commerciale estero</i>	4,145	2,487
<i>Saldo commerciale regionale</i>	<b>-2,497</b>	<b>-3,825</b>
<b>Saldo turistico</b>	4,962	2,928
<i>Saldo turistico estero</i>	3,218	1,899
<i>Saldo turistico regionale</i>	1,744	1,029
<b>Totale bilancia commerciale e turistica</b>	6,610	1,590

Dati in milioni di euro correnti

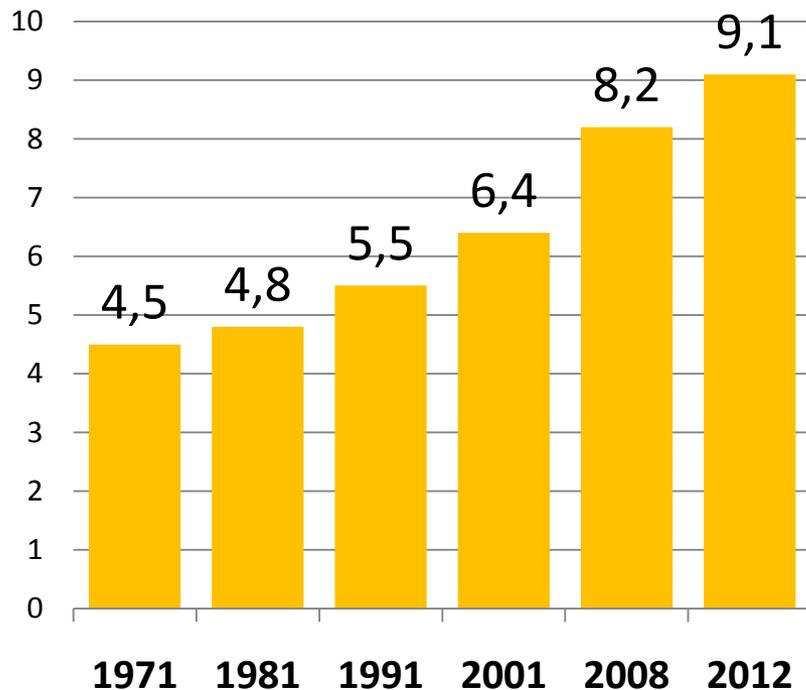
## Quota del saldo turistico sul totale della bilancia commerciale e turistica. 2013



# Il ruolo del turismo per l'occupazione

... nel lungo periodo

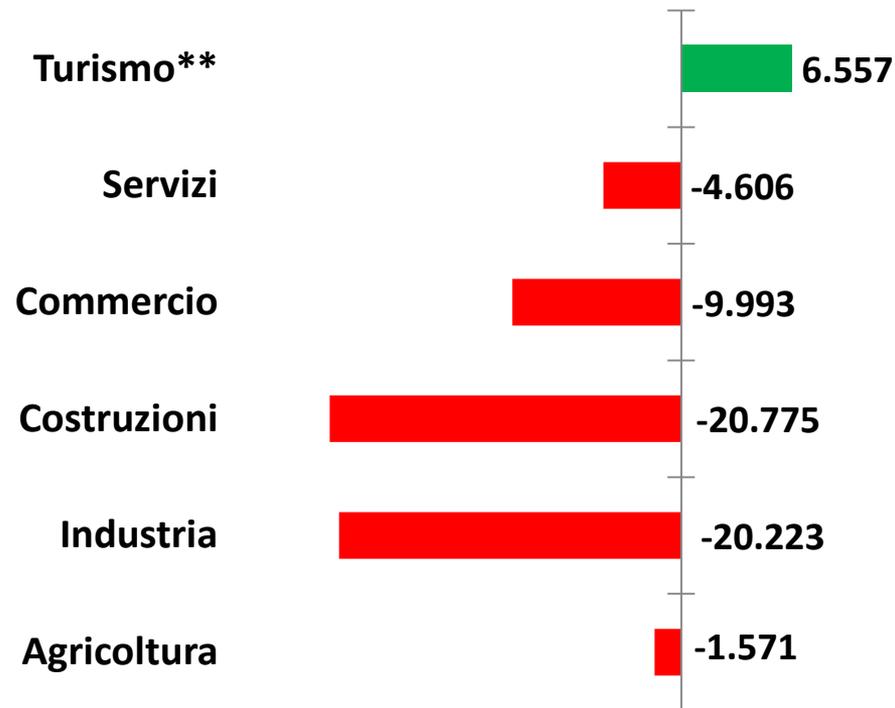
Quota degli addetti al settore  
"Alberghi e Ristorazione" 1971-2012



Fonte: Asia

... durante la crisi

Saldo cumulato tra le posizioni lavorative aperte e  
chiusure in Toscana per settore. 2009-2014

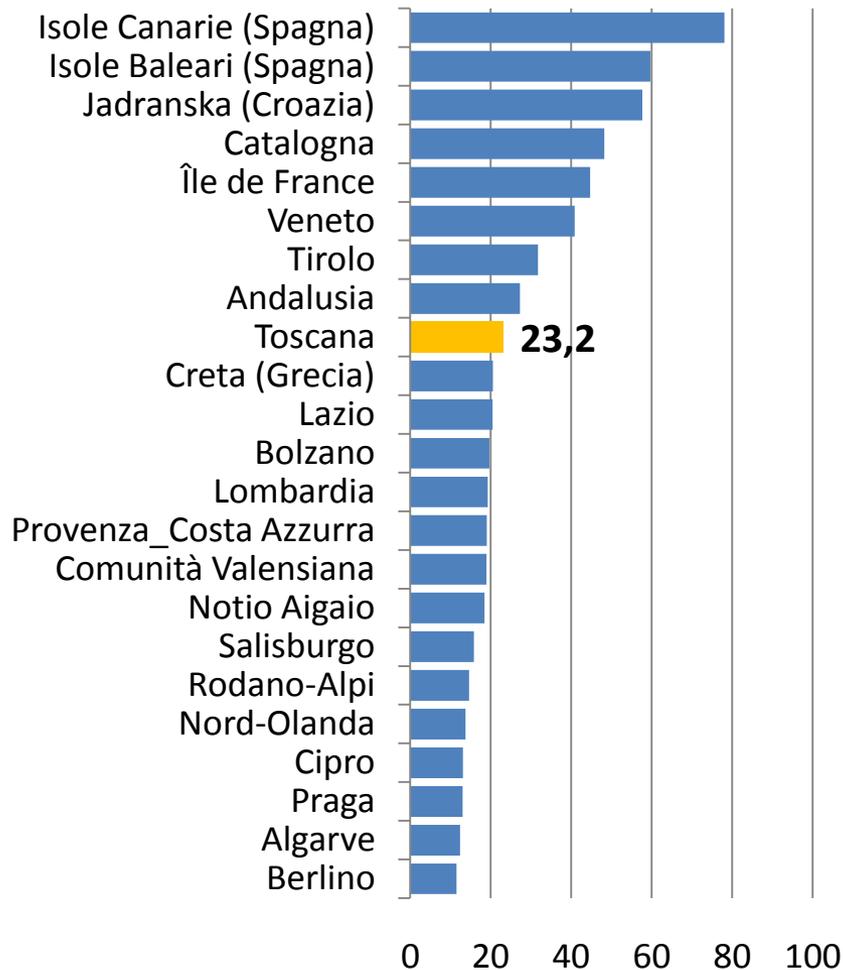


Nel 2015 per il turismo si profila un saldo di  
ulteriori 6 mila posizioni lavorative in +

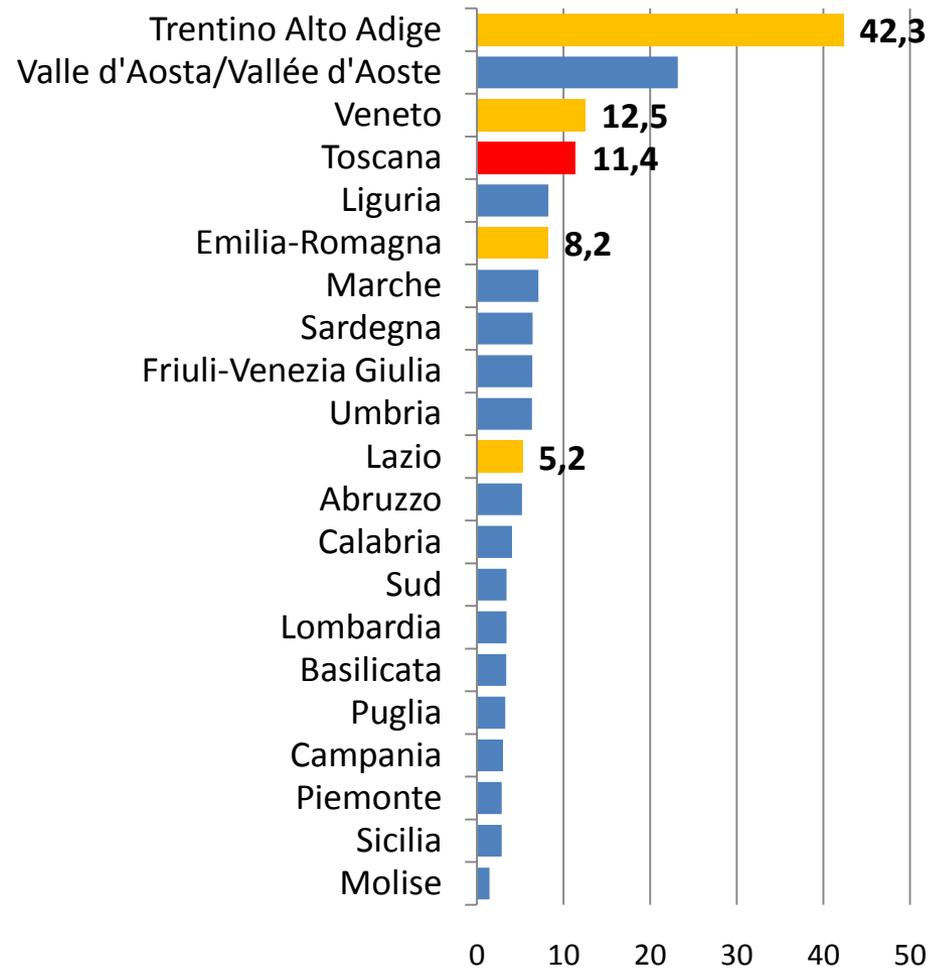
# Elementi di competitività e di debolezza del sistema turistico regionale

# Elementi di competitività: la Toscana in Europa e d in Italia

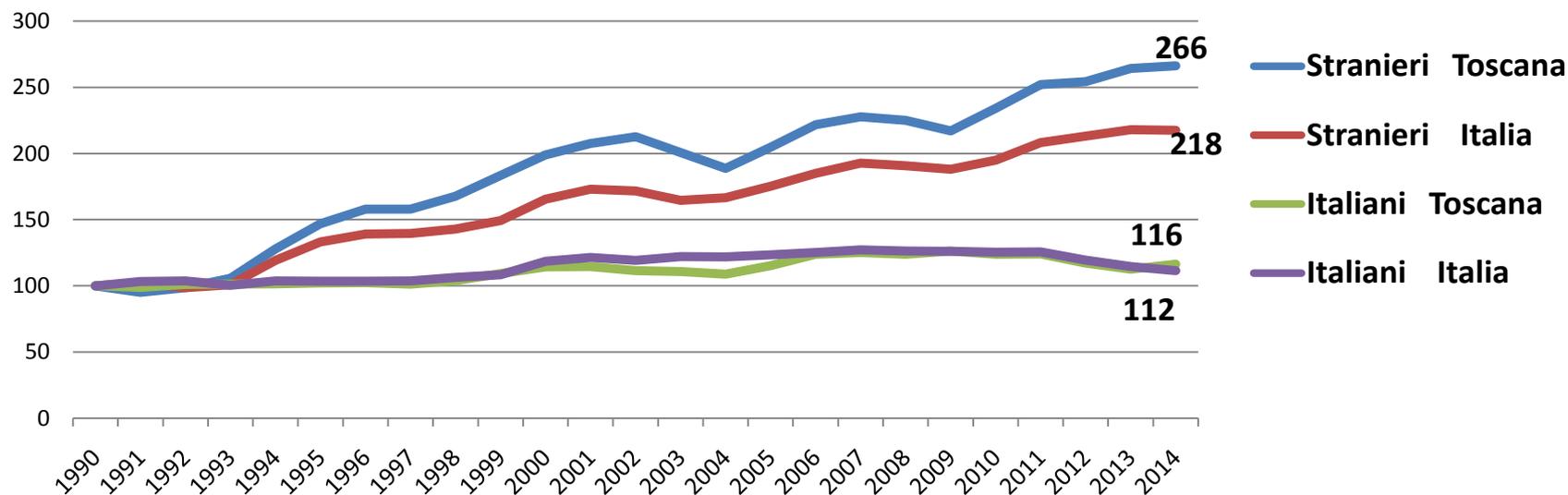
## Presenze straniere nelle 281 regioni europee: 2013



## Presenze turistiche/popolazione: 2013



# Presenze turistiche in Toscana e in Italia: 2004-2014. Numero indice 2004 = 100

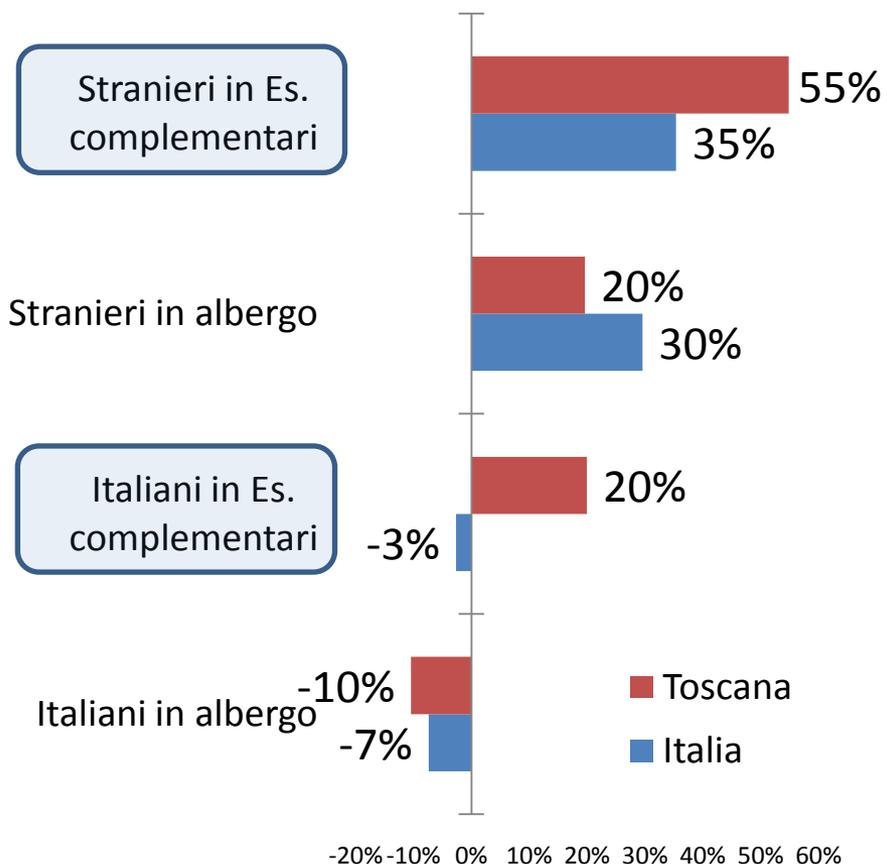


## Quota delle presenze straniere in Toscana su Europa a 28. anni 2004/08/13

Rank	Regione	2004	2008	2013	Variazioni
1	Canarias (ES)	7.7%	7.4%	6.9%	--
2	Illes Balears	6.0%	5.6%	5.3%	--
3	Jadranska (Croazia)	3.6%	3.5%	5.1%	++
4	Cataluña	4.0%	4.2%	4.3%	++
5	Île de France	3.9%	3.9%	4.0%	=+
6	Veneto	3.6%	3.8%	3.6%	=-
7	Tirol	3.3%	3.3%	2.8%	--
8	Andalucía	2.7%	2.7%	2.4%	--
9	<b>Toscana</b>	<b>1.9%</b>	<b>2.1%</b>	<b>2.1%</b>	<b>+ =</b>
10	Kriti	1.4%	1.5%	1.8%	++

# Competitività e debolezza della Toscana

Toscana e Italia: var. % delle presenze 2014/2000



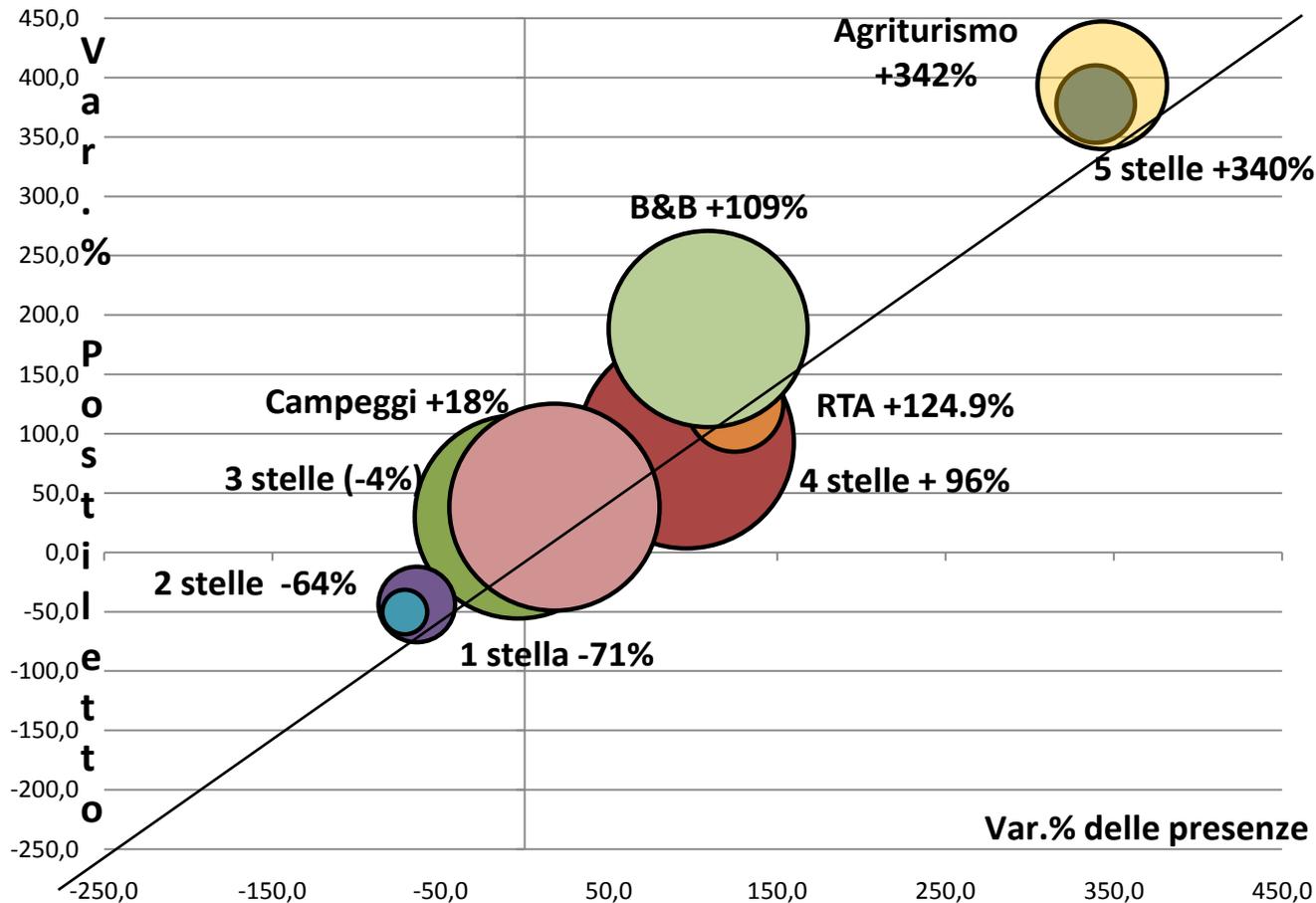
Tassi di occupazione lorda delle strutture

	Strutture alberghiere		
	2006	2009	2013
Spagna	45.3	39.6	42
Germania	35	35	38
UE 28	36.2	33.7	35.4
<b>Toscana</b>	<b>33.6</b>	<b>30.3</b>	<b>32.4</b>
Italia	32.6	30.3	31.2
Grecia	22.4	24.1	24.8
Francia	43	42.1	44.6

	Strutture Extra-alberghiere		
	2006	2009	2013
Spagna	21.1	17.8	18
Germania	23.1	17.4	16.7
UE 28	13.4	12.5	15.1
<b>Toscana</b>	<b>17.5</b>	<b>17.1</b>	<b>16.2</b>
Italia	13.5	14.3	13.4
Grecia	3.2	15.2	13.2
Francia	6.2	6.1	14.7

# Toscana: presenze, posti letto e tassi di occupazione per categoria ricettiva

Var. % delle presenze (X) e dei posti letto (Y) : 2014/1997



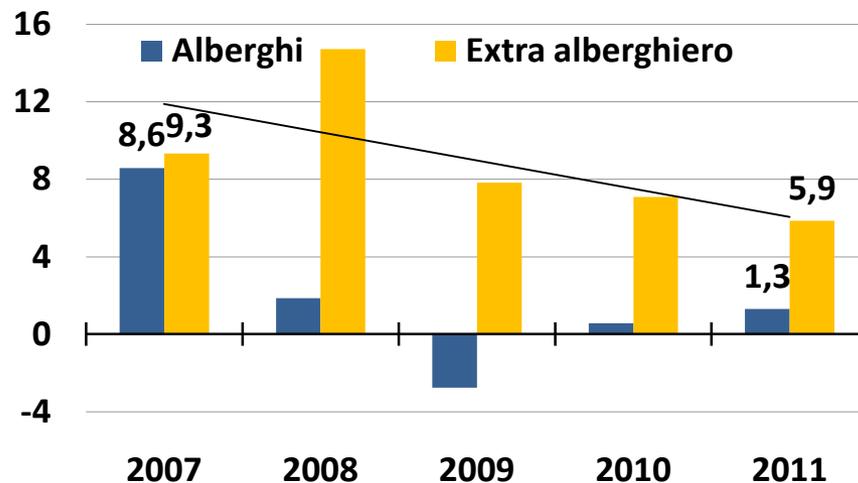
Tasso di occupazione 2014

	2007	2014
5 Stelle	36%	39%
4 Stelle	42%	45%
3 Stelle	34%	30%
2 Stelle	27%	20%
1 Stella	23%	20%
RTA	24%	21%
AgriTurismo	17%	14%
Campeggi	15%	14%
A.S. (B&B)	21%	21%
Totale	24%	22%

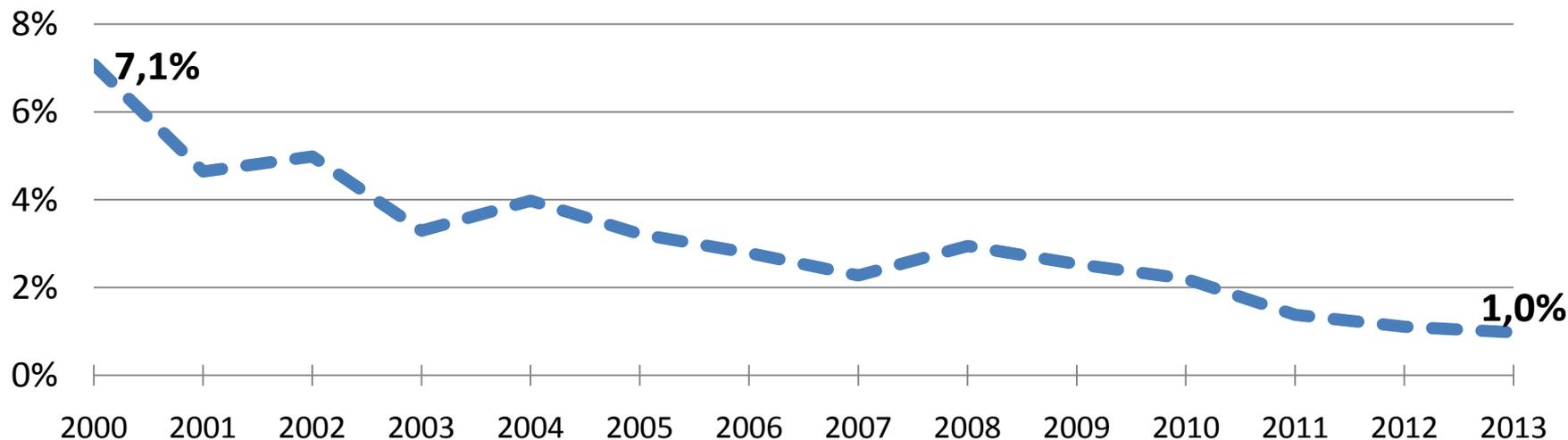
## Ricavi, VA, EBITDA: Var. % 2011/2007 (prezzi correnti)

	Alberghi	Extra-alberghiero
Ricavi delle vendite	8,4%	-6,7%
Valore aggiunto	-1,4%	-2,7%
EBITDA	-22,4%	-8,8%

## ROS: margine sulle vendite



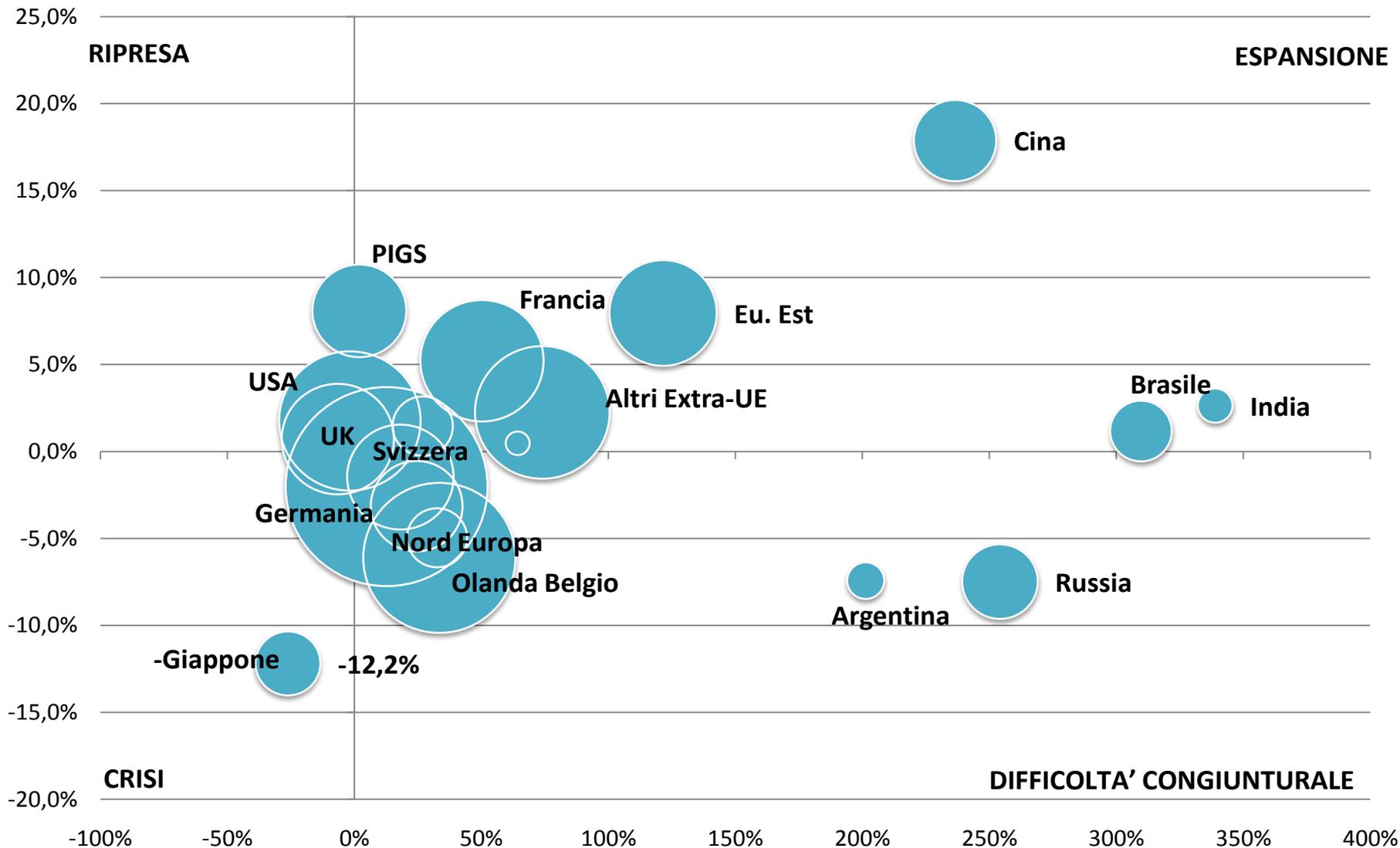
## Il tasso di crescita dei posti letto nel tempo tende a zero



# I principali mercati esteri e interni

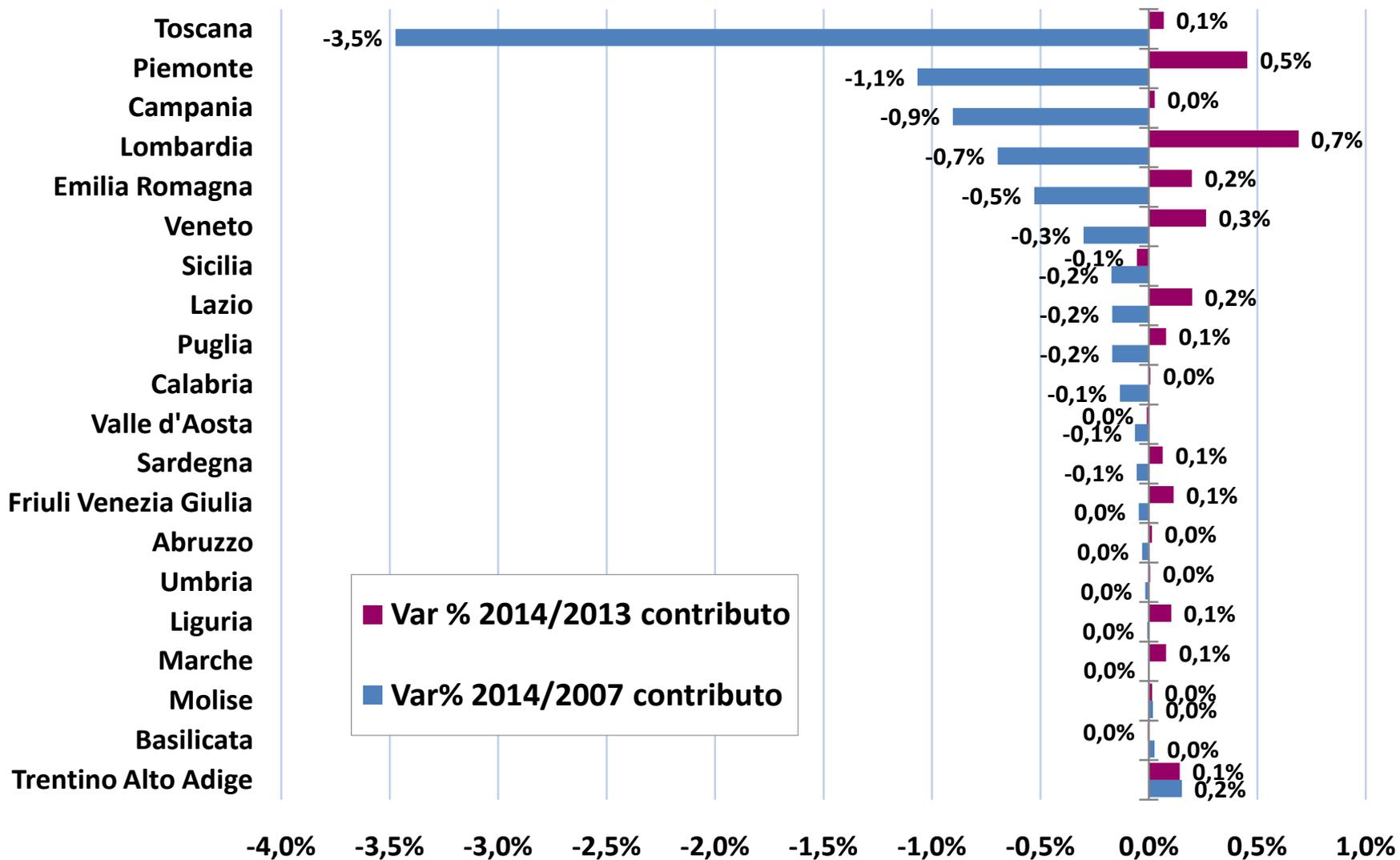
# Presenze turistiche straniere in Toscana per nazione di provenienza

## Variation % delle presenze: 2014-2013 (+0,1%) e 2014-2005 (+30%)

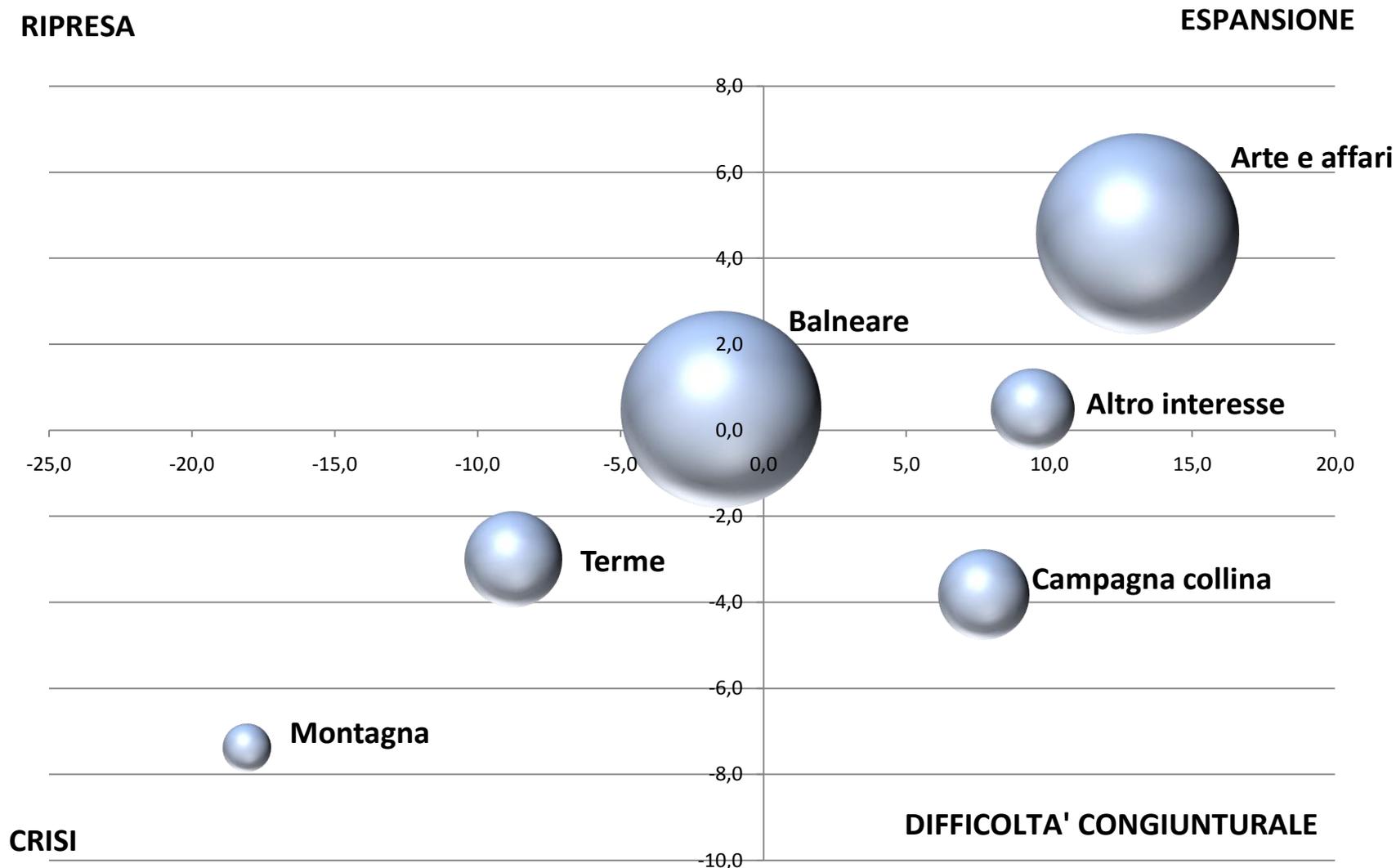


# La domanda interna: un elemento di debolezza

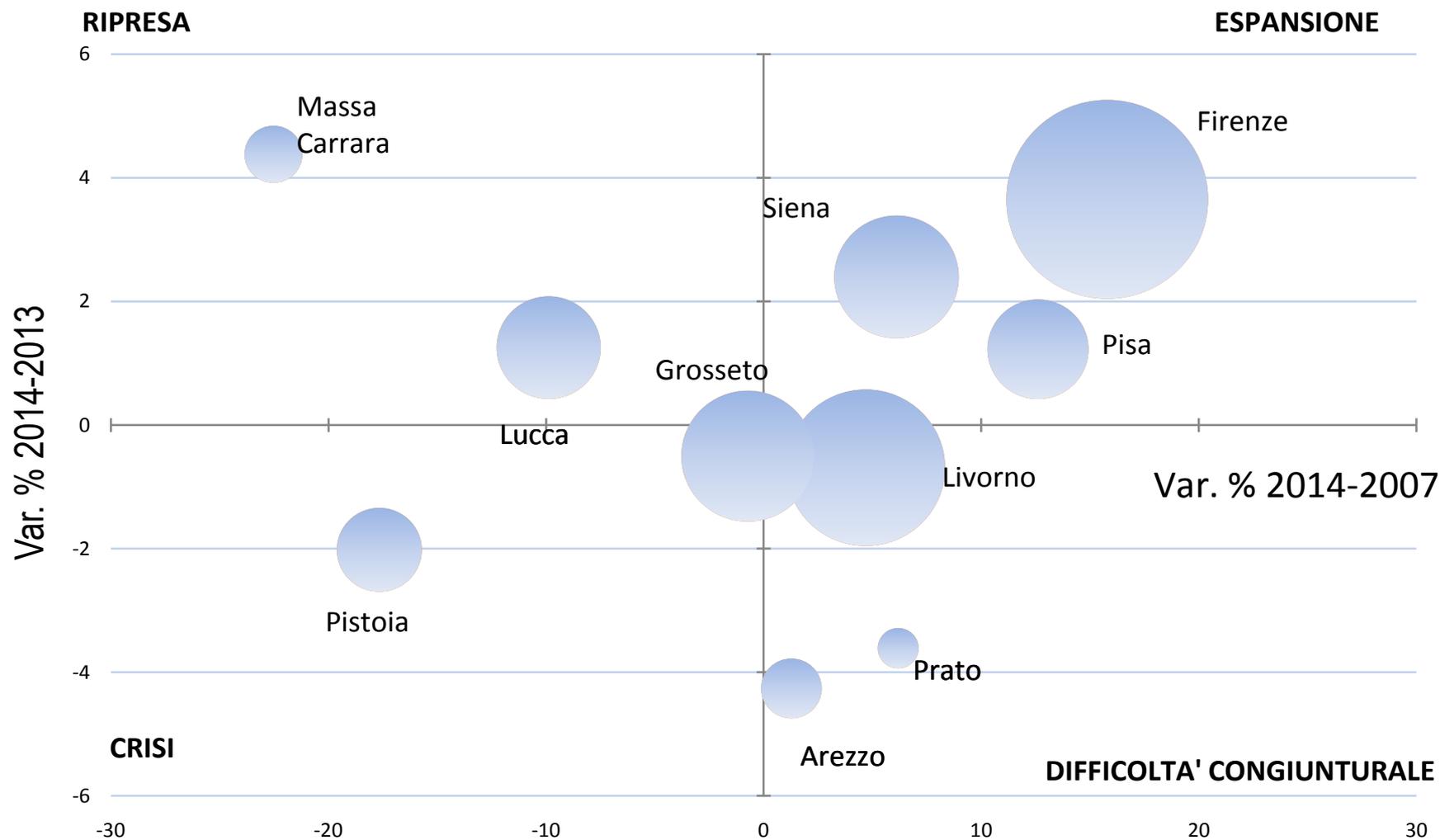
Contributo alla variazione complessiva delle presenze: 2014/2013 (+2,5%) e 2014/2007 (-7,6%)



# Le risorse turistiche Var.% 2014/2013 e 2014/2007

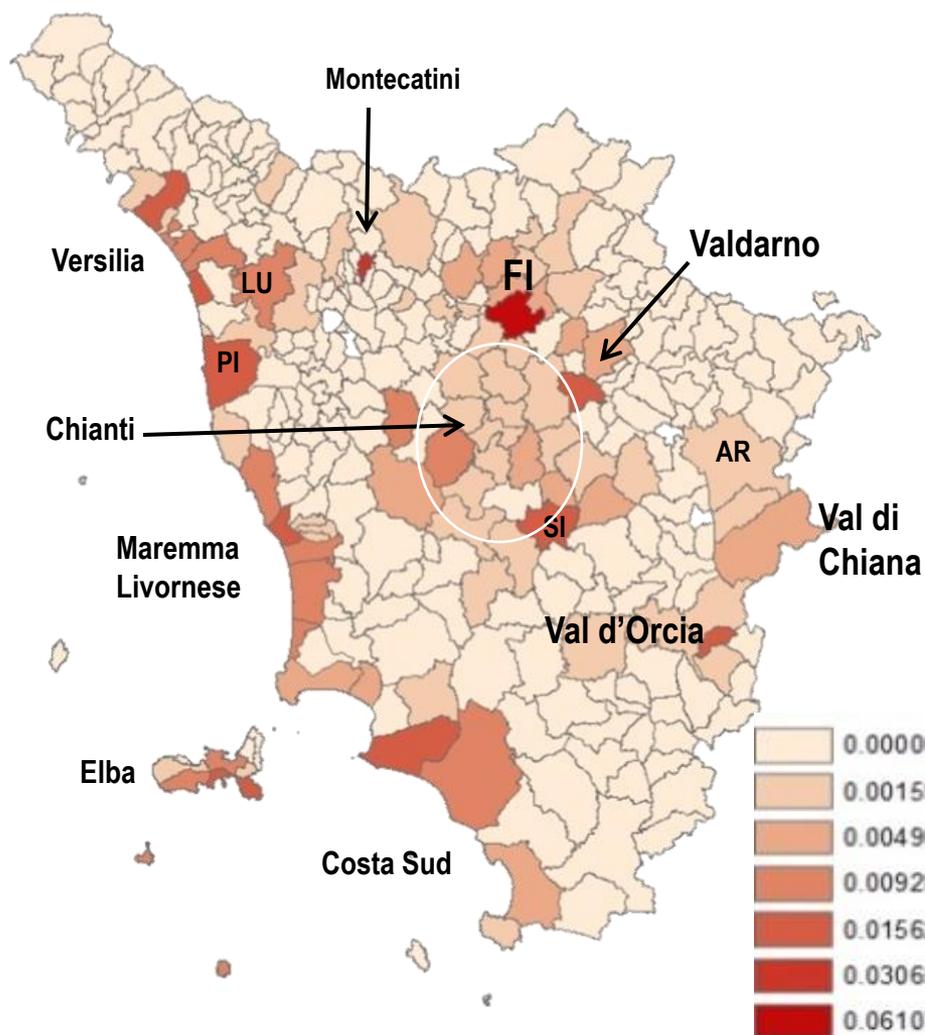


# Presenze nei territori: Var.% 2014/2013 e 2014/2007

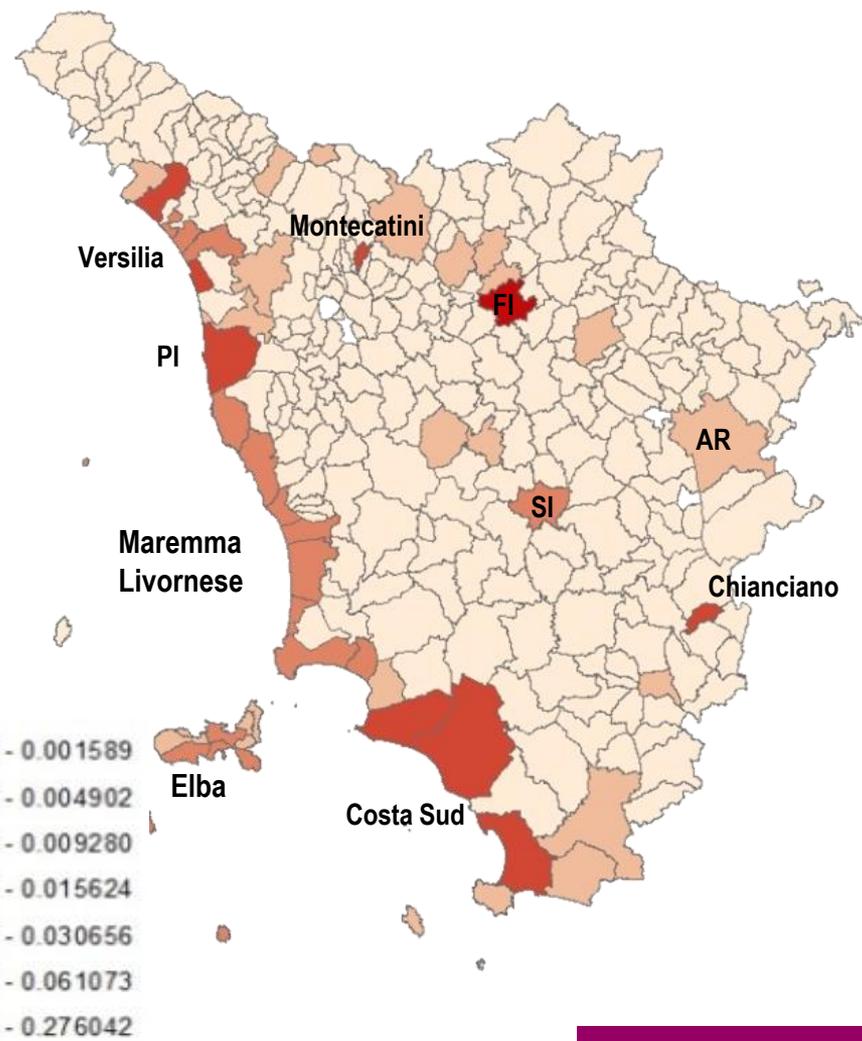


# Il turismo è un fenomeno territorialmente concentrato

Distribuzione % delle presenze straniere: 2014



Distribuzione % delle presenze italiane: 2014



Fonte: elaborazioni IRPET su dati Ufficio Regionale di Statistica

# Aree dinamiche e aree in difficoltà

Variazione % presenze  
2014/2000

## Destinazioni in difficoltà

Aree montane marginali

- 1) Lunigiana
- 2) Alta Garfagnana
- 3) Abetone
- 4) Mugello
- 5) Casentino
- 6) Amiata

Aree costiere mature/ in declino

- 1) Versilia
- 2) Elba
- 3) Castiglione della Pescaia

Terme tradizionali

- 1) Chianciano
- 2) Montecatini

## Destinazioni più dinamiche

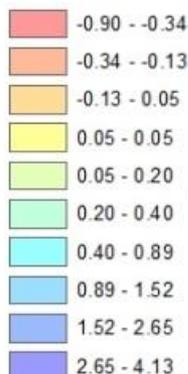
Aree costiere del sud

- 1) Val di Cornia
- 2) Costa d'Argento/Argentario

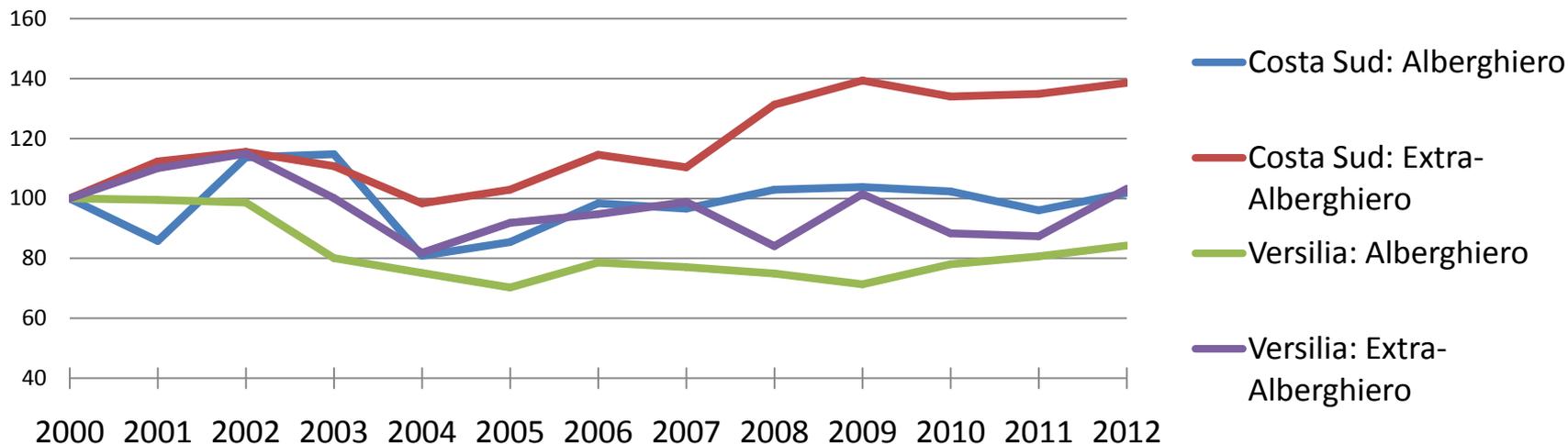
Aree rurali retrostanti la costa  
centro meridionale

Le aree rurali interne della provincia  
di Siena (Val d'Orcia) e di  
Grosseto

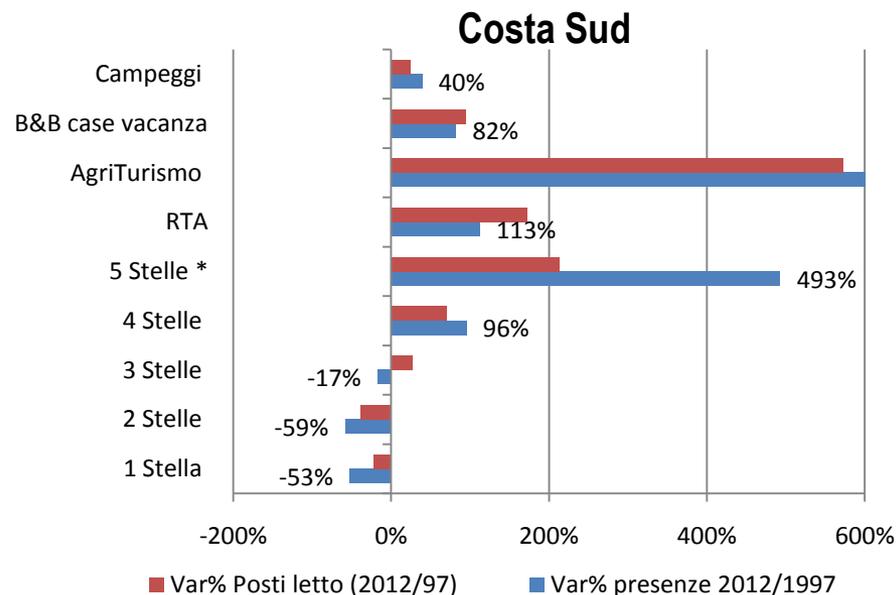
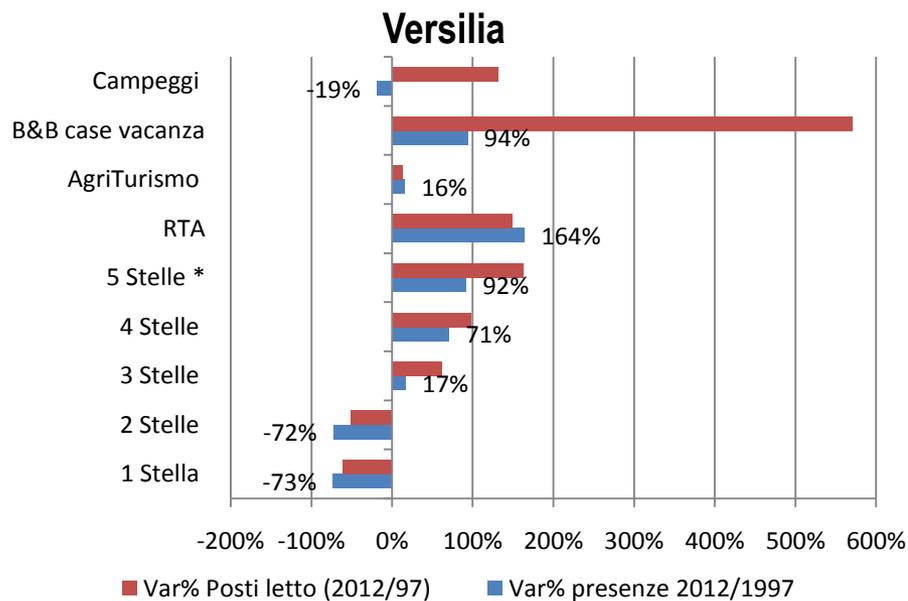
Tiene il passo la "Toscana  
felix" del Chianti



## Versilia e Costa Sud: var. delle presenze 2000-2014 numero indice, anno 2000 = 100



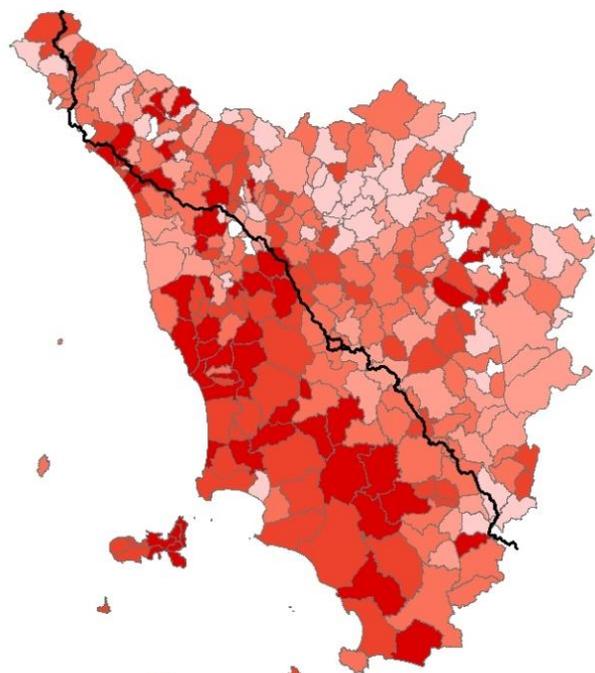
## Versilia e Costa Sud: var. % delle presenze e dei posti letto 1997-2014



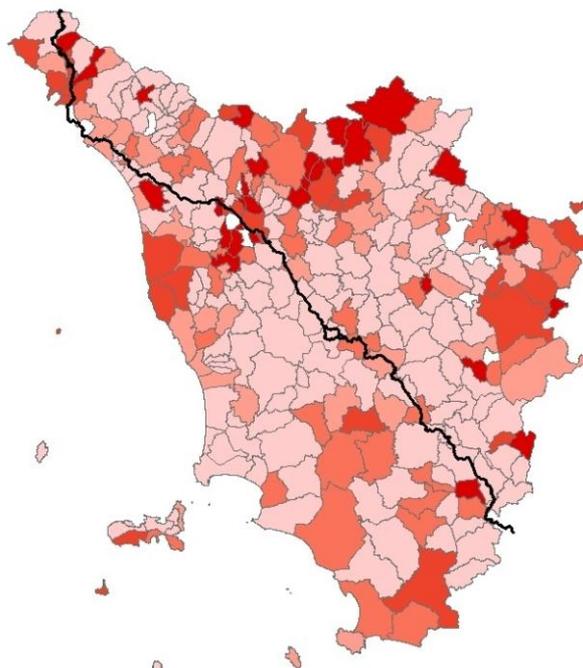
# Diversi pattern di consumo turistico

Indici di specializzazione delle presenze sul territorio della Toscana

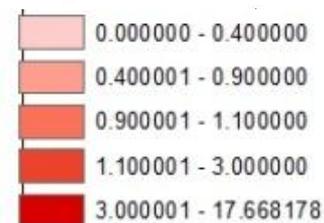
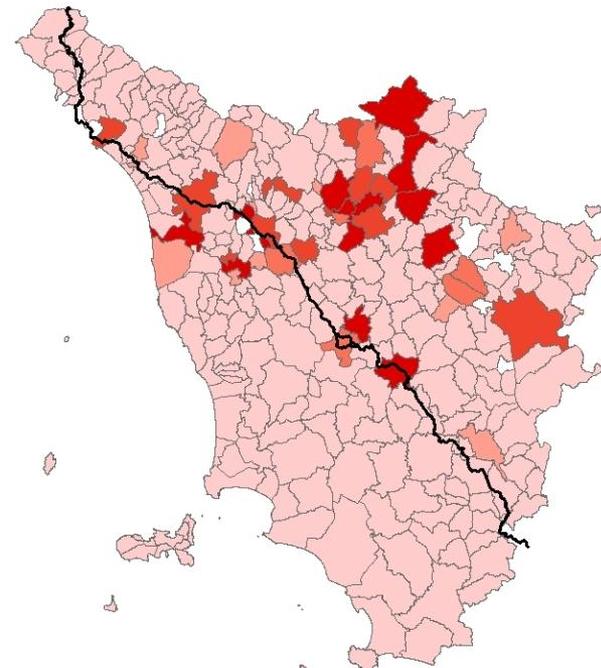
I tedeschi



Gli est europei

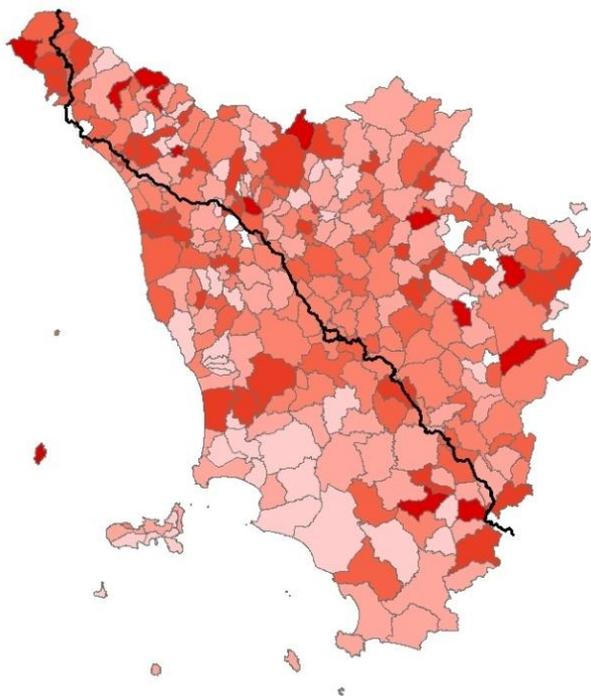


I cinesi

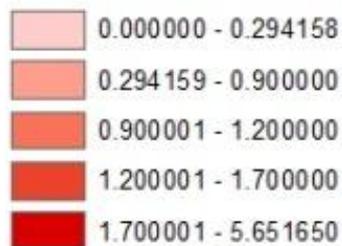
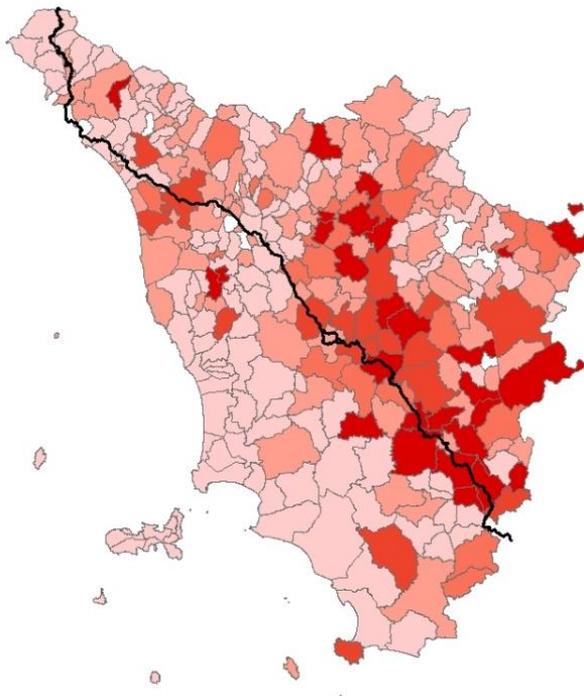


# Diversi pattern di consumo turistico

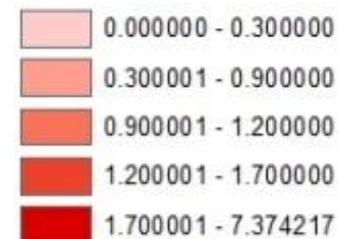
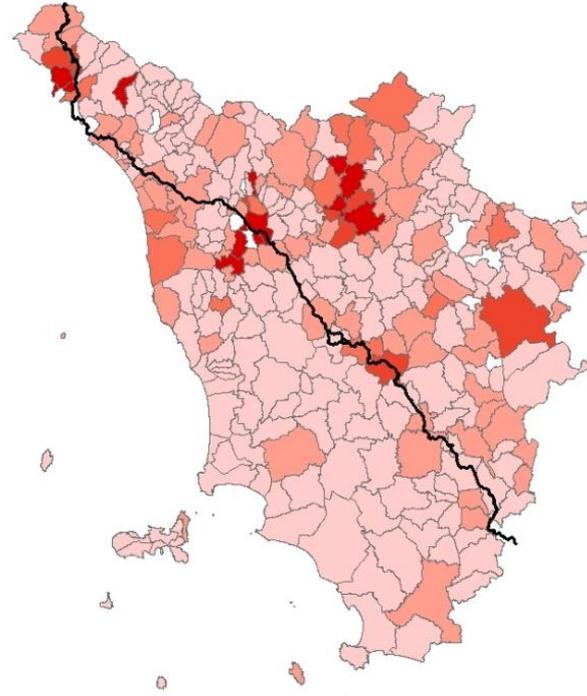
## Francesi e belgi



## Statunitensi e canadesi



## ... dall'America Latina



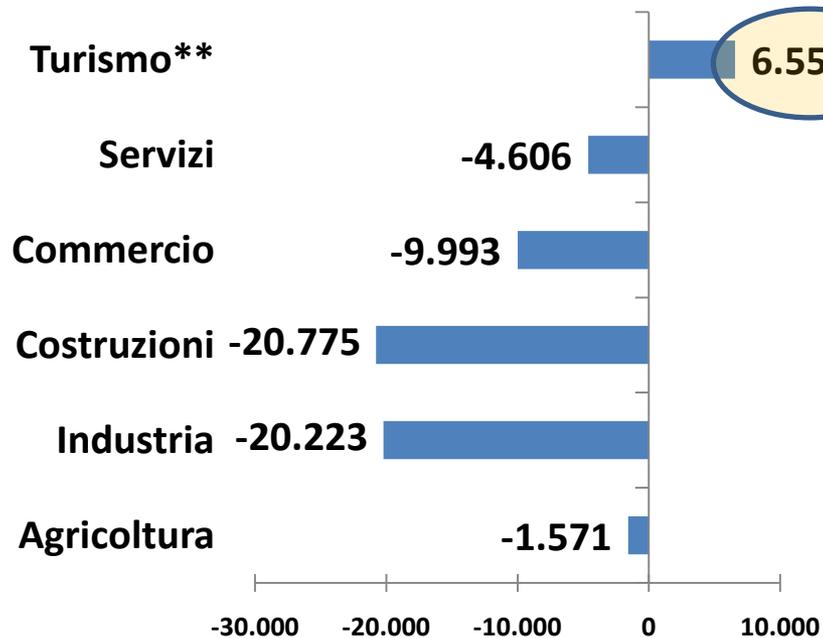
# **Il lavoro nel turismo fabbisogni e competenze disponibili**

# Il lavoro creato nel turismo\*\*

## Saldo tra le posizioni di lavoro aperte e chiuse in Toscana

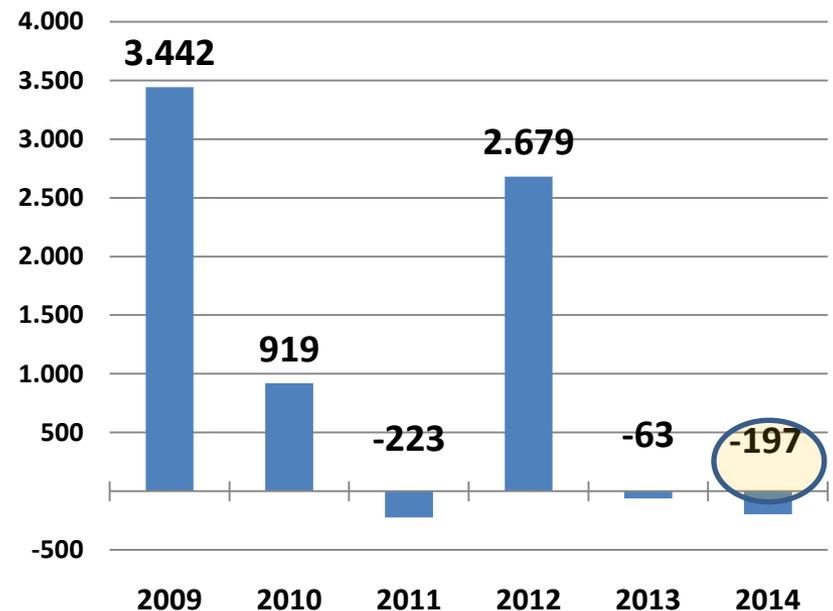
Dal 1 gennaio 2009 al 31 dicembre 2014

### Saldo cumulato per settore (2009-2014)



### Settori ad elevata incidenza turistica

Saldo cumulato per ciascun anno



**Nel 2015 per il turismo si profila un saldo di circa 6 mila posizioni lavorative in +**

Fonte: elaborazioni IRPET su dati SIL

\*\* 55 Alloggio, 56.1 Ristorazione con somministrazione, 79.11.0 Attività delle agenzie di viaggio, 79.12.0 Attività dei tour operator, 79.90.2 Attività delle guide e degli accompagnatori turistici, 82.30.0 Organizzazione di convegni e fiere, 93.29.2 Gestione di stabilimenti balneari: marittimi, lacuali e fluviali, 96.04.2 Stabilimenti termali, 90 Attività creative artistiche e di intrattenimento, 91 Attività di biblioteche, archivi, musei ed altre attività culturali.

# Il lavoro nel turismo: 320.000 persone coinvolte tra il 2009 e il 2014

	Molto stabili	Stabili	Poco stabili	Non stabili
<b>Grandi</b> 265.000 persone		<b>Baristi e professioni assimilate; Cuochi in alberghi e ristoranti; Addetti all'accoglienza nei servizi di alloggio e ristorazione; Addetti alla preparazione, alla cottura e alla distribuzione di cibi; Addetti all'accoglienza e all'informazione nelle imprese e negli enti pubblici</b>	<b>Camerieri e professioni assimilate; Personale non qualificato nei servizi di ristorazione</b>	Compositori, musicisti e cantanti; Personale non qualificato addetto alla pulizia nei servizi di alloggio e nelle navi
<b>Medio grandi</b> 46.000		Personale non qualificato nei servizi ricreativi e culturali; Installatori e riparatori di apparati elettrici ed elettromeccanici; Uscieri e professioni assimilate; Intrattenitori	Bagnini e professioni assimilate Registi, direttori artistici, attori, sceneggiatori e scenografi, Animatori turistici e professioni assimilate, Tecnici della produzione e preparazione alimentare	
<b>Medio piccole</b> 9.000		<b>Imprenditori e responsabili di piccoli alberghi, alloggi o aree di campeggio e di piccoli esercizi di ristorazione; Esercenti nelle attività di ristorazione; Direttori e dirigenti generali di aziende nel settore dei servizi di alloggio e ristorazione; Addetti a biblioteche e professioni assimilate</b>	Annunciatori e presentatori della radio, della televisione e di altri spettacoli; Tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale; Artisti delle forme di cultura popolare, di varietà e acrobati; Macchinisti ed attrezzisti di scena	
<b>Piccole</b> 1.300		<b>Imprenditori e amministratori di grandi aziende nei servizi di alloggio e ristorazione; Direttori e dirigenti del dipartimento comunicazione, pubblicità e pubbliche relazioni; Tecnici del restauro; Direttori e dirigenti generali di aziende nel settore delle attività sportive, ricreative, di intrattenimento e divertimento</b>	Tecnici delle attività ricettive e professioni assimilate; Esercenti nelle attività ricettive; Dirigenti di associazioni umanitarie, culturali, scientifiche e sportive di interesse nazionale o sovranazionale	

# Il lavoro nel turismo: le necessità della formazione nei risultati di un Focus Group

1. Il turismo è cambiato profondamente, gli **imprenditori** sono le prime persone da formare.
2. Migliorare la qualità nella formazione delle **basse qualifiche ma non solo!**
3. C'è bisogno di professionalità nel **privato** ma anche nel **settore pubblico**, (*destination management* nel settore congressuale, sistema della promozione, classe dirigente delle associazioni imprenditoriali)
4. **La scuola** va cambiata profondamente, **l'impresa** deve essere agente formativo.
5. Manca la **formazione superiore** post diploma
6. Il **sistema delle figure professionali regionali** è troppo rigido
7. Più **selezione** qualitativa, **specializzazione**, **valutazione** delle agenzie formative.

# Il turismo: una risorsa importante per rilanciare lo sviluppo regionale

## Un ruolo cruciale

Il 6,3% del PIL regionale

10% del fattore lavoro

56% del saldo commerciale attivo

**Resilienza.** in particolare sui mercati internazionali dei paesi emergenti (Brics su tutti) ma anche sui mercati europei importanti ed ancora tonici (Germania in testa).

**Identità e valore dell'esperienza turistica.** La valorizzazione all'interno di un'offerta turistica integrata degli elementi irriproducibili e di qualità delle nostre destinazioni turistiche dal patrimonio paesaggistico e storico-culturale agli stili di vita, dal benessere all'enogastronomia, dalla natura allo sport ha costituito l'elemento trainante e rappresenta il motore di ulteriore crescita del sistema turistico regionale

**Competitività e sacrifici** sul piano dei prezzi e dei margini operativi delle imprese ricettive.

**Le sfide: "Value for money".** Da un lato mantenere la propria competitività sul fronte internazionale, aumentando la qualità dei servizi e soddisfare una domanda interna sempre meno in grado di sostenere il costo di una "room with a view".

**Una governance regionale forte** che riesca a coniugare, da un lato, a partire dal riconoscimento della strategicità del settore, maggiori investimenti volti a migliorare l'accessibilità dei territori con la valorizzazione e la tutela del patrimonio storico artistico del paesaggio e dell'ambiente naturale, e supporti dall'altro il miglioramento della qualità dei servizi turistici, anche attraverso l'investimento in politiche formative specificamente dedicate al settore.