



IRPET Istituto Regionale
Programmazione
Economica
della Toscana

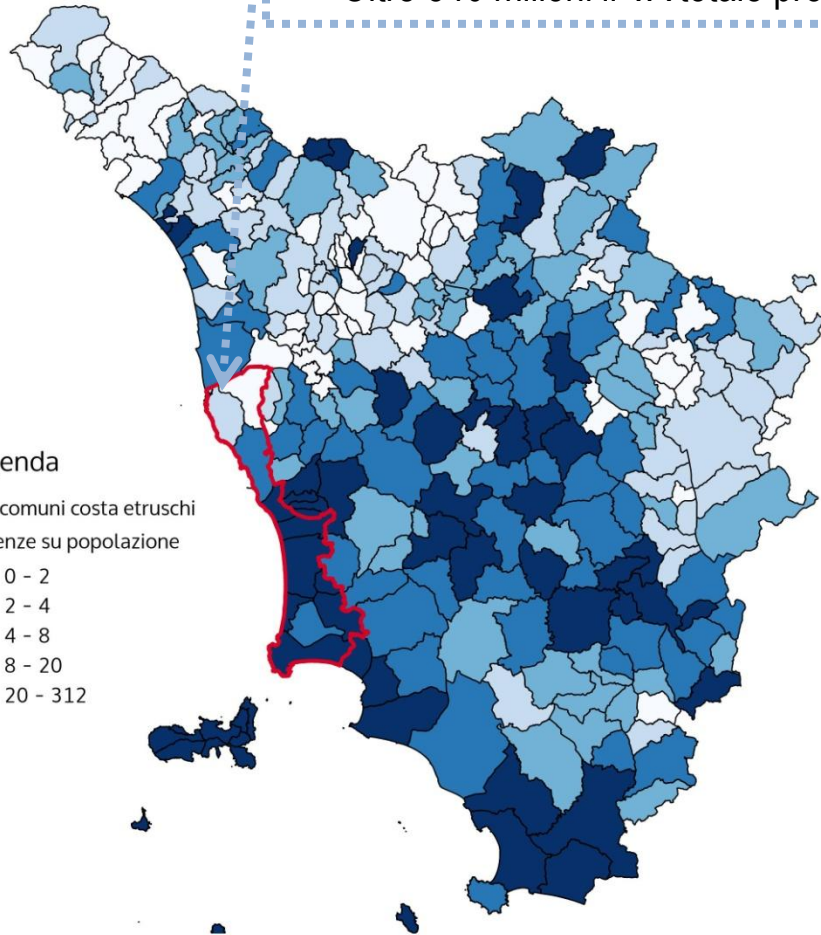
Il ruolo del turismo nell'economia della Costa degli Etruschi: tendenze strutturali di medio lungo periodo

Enrico Conti

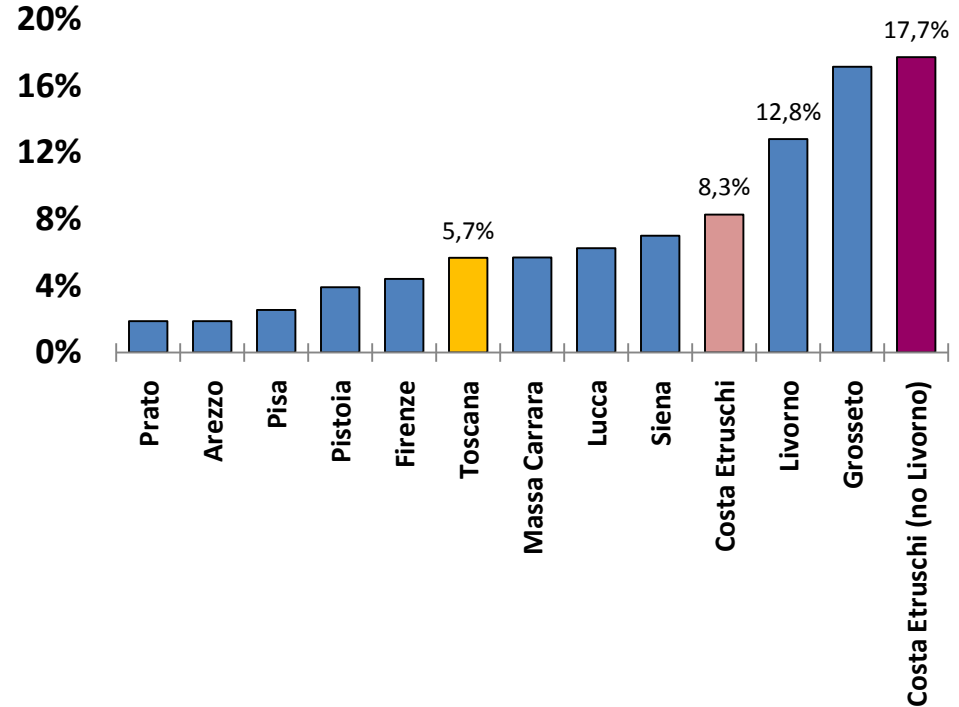
San Vincenzo, 4 aprile 2016

Il peso del turismo nell'area

- 11 comuni per 308.000 abitanti. Nel 2015 5,4 milioni le presenze turistiche ufficiali.
- Oltre 6 milioni le presenze stimate in strutture non commerciali (case in particolare)
- Oltre 1 miliardo la spesa turistica complessiva (il 15% della spesa turistica regionale)
- Oltre 540 milioni il VA totale prodotto. **11.700 unità di lavoro attivate**



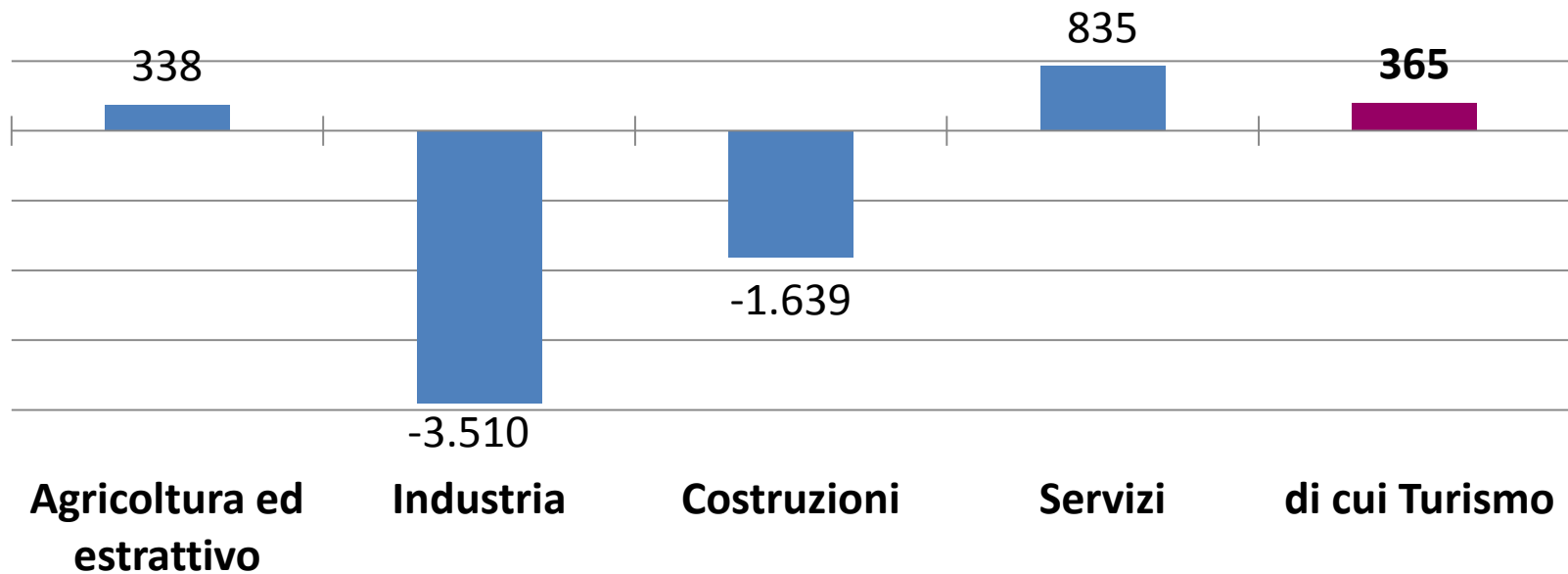
Quota del PIL attivata dal turismo: 2014



Il ruolo anticiclico del turismo per l'occupazione

- Su 415.000 contratti di lavoro aperti tra il 2008 ed il 2014 il 22% riguarda settori ad elevata intensità turistica
- Il saldo 2008-2014 tra avviamenti e cessazioni è positivo: **+365 contratti strutturati...**
...non sufficienti a bilanciare la crisi occupazionale che ha investito la costa. (-3.976)

Saldo rapporti di lavoro in Costa degli Etruschi 2008-2014

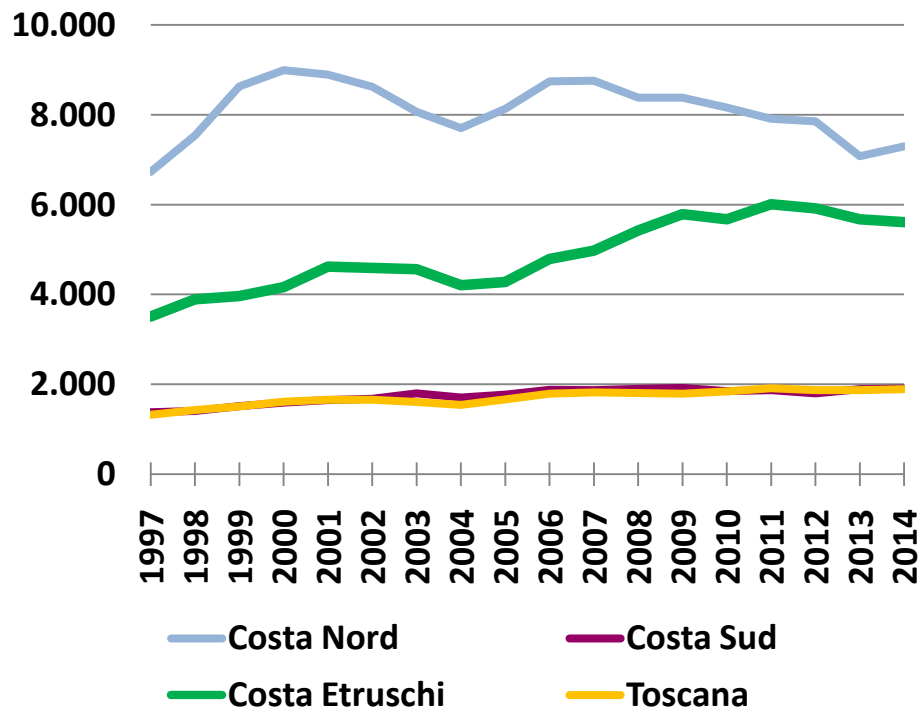


Elementi di competitività e di debolezza del sistema turistico

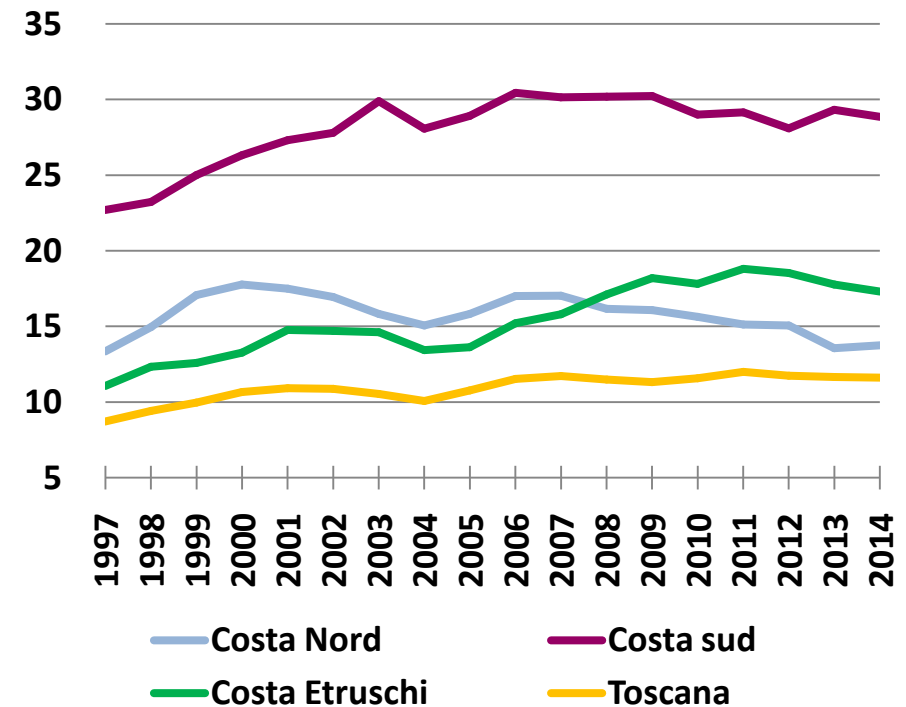
La Costa degli Etruschi: un sistema turistico solido... o maturo?

Presenze su popolazione e per Kmq sopra la media toscana, aumentano del 63% tra il 1997 ed il 2015 passando da 3,3 a 5,4 milioni. La crisi ferma la crescita a partire dal 2011 ma nel 2015 si torna a crescere (+ 2,1% le presenze).

Presenze turistiche/KMq 1997-2014



Presenze turistiche/popolazione: 1997-2014

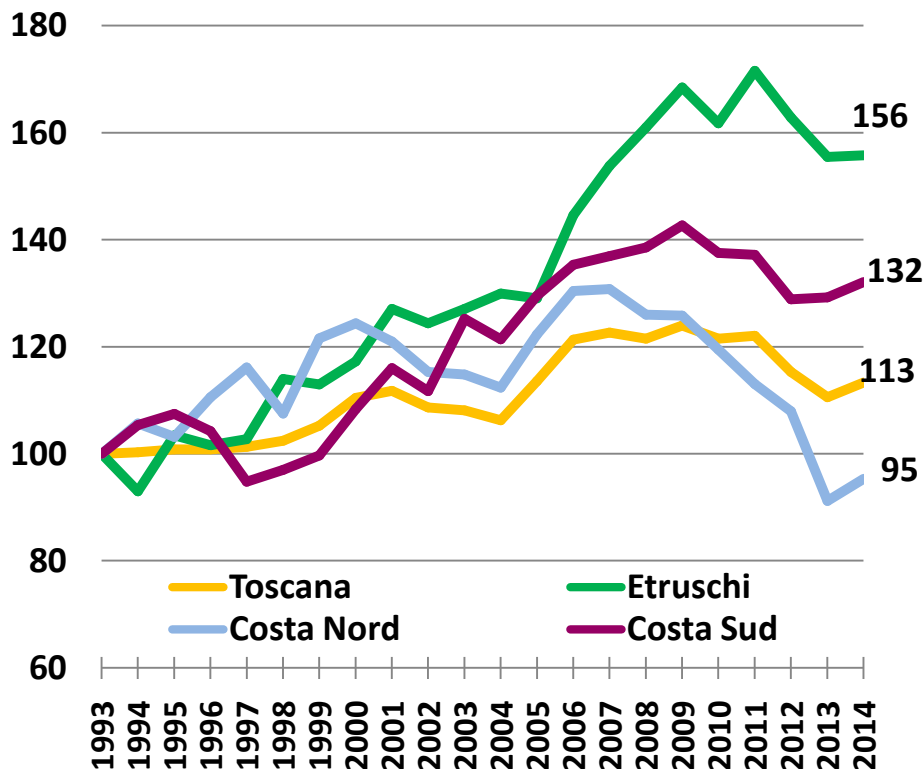


Elementi di competitività: Italiani e stranieri

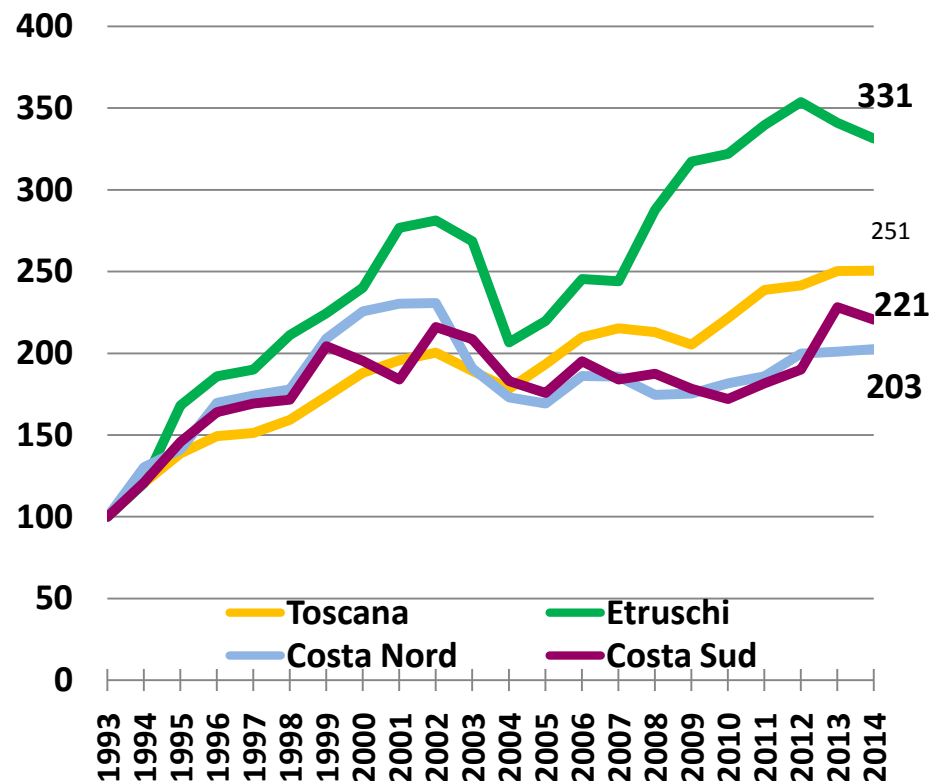
Il turismo della costa degli Etruschi segue un pattern di crescita che accelera nella seconda metà degli anni 2000. La flessione post 2011 riguarda soprattutto gli italiani (-9,2%) e meno gli stranieri (-6,3%). Il 2015 vede un rimbalzo sia degli italiani (+1,5%) che degli stranieri (+2,7%)

Variazioni delle presenze 1993-2014: numero indice 1993 = 100

Italiani

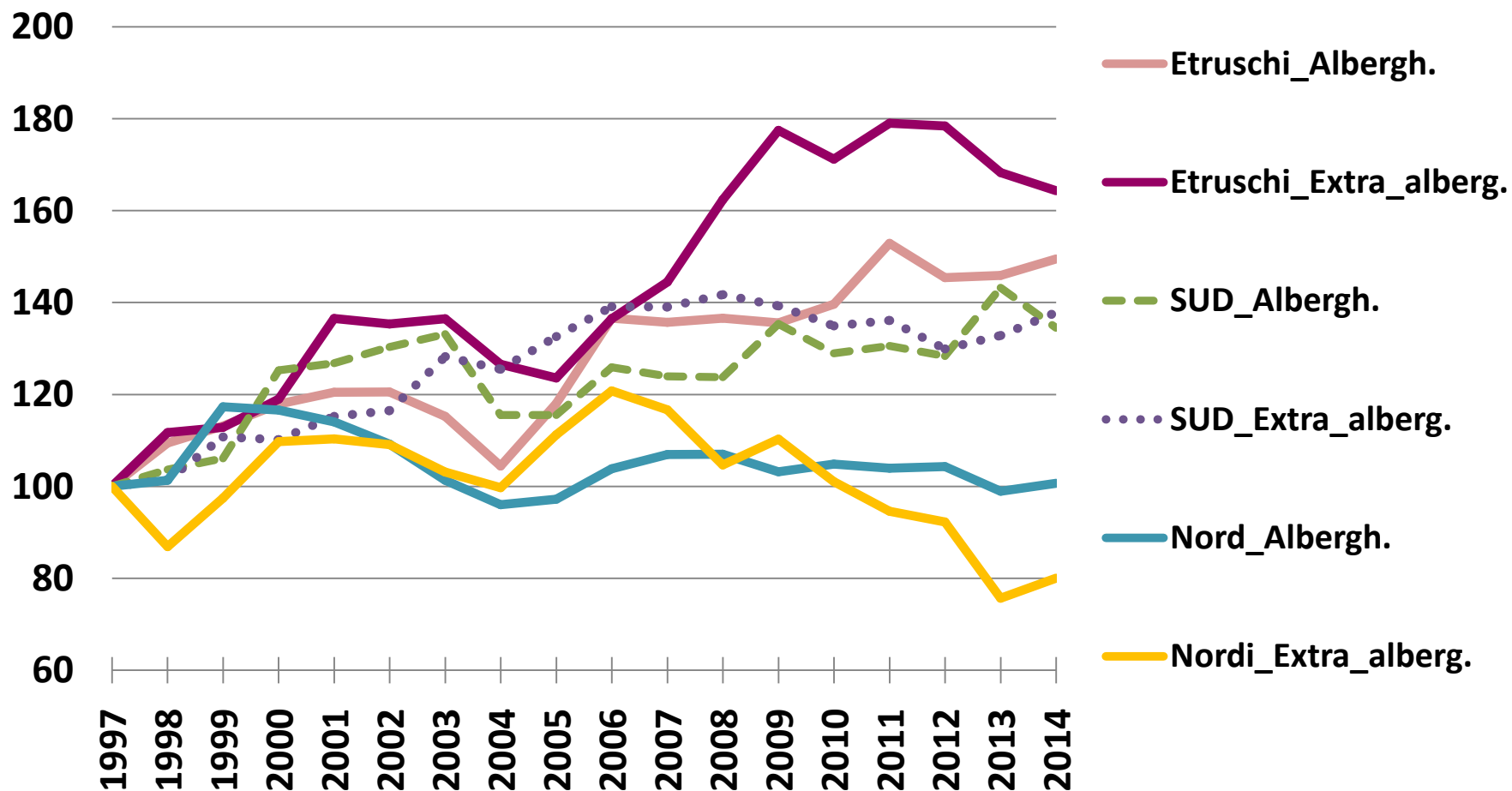


Stranieri



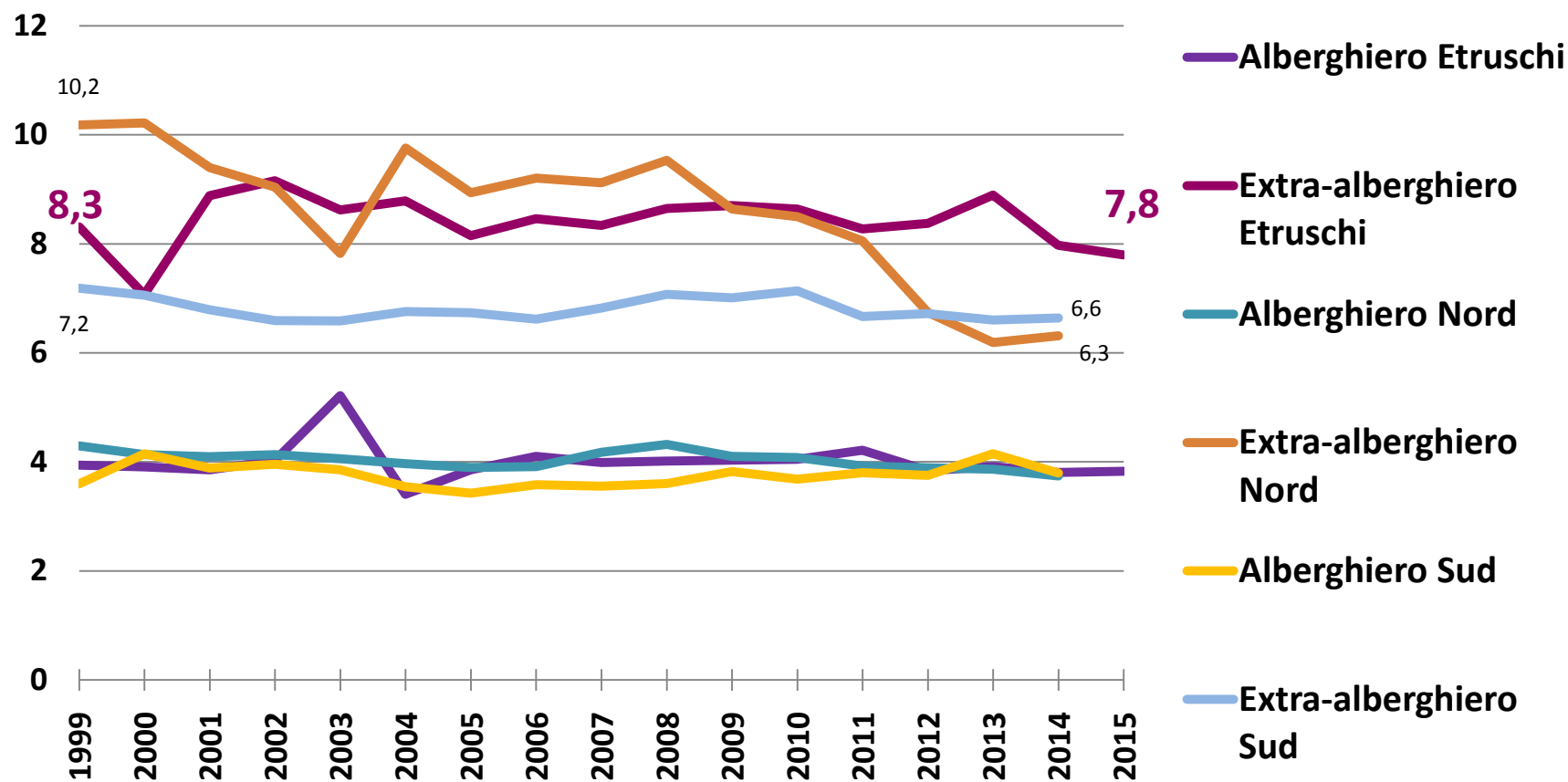
Elementi di competitività: alberghiero e extra-alberghiero

Costa degli Etruschi, Costa Nord e Sud, Var.% delle presenze: numero indice 1997 = 100



Permanenza media 1999-2014

(quota delle presenze nell'area/quota regionale)



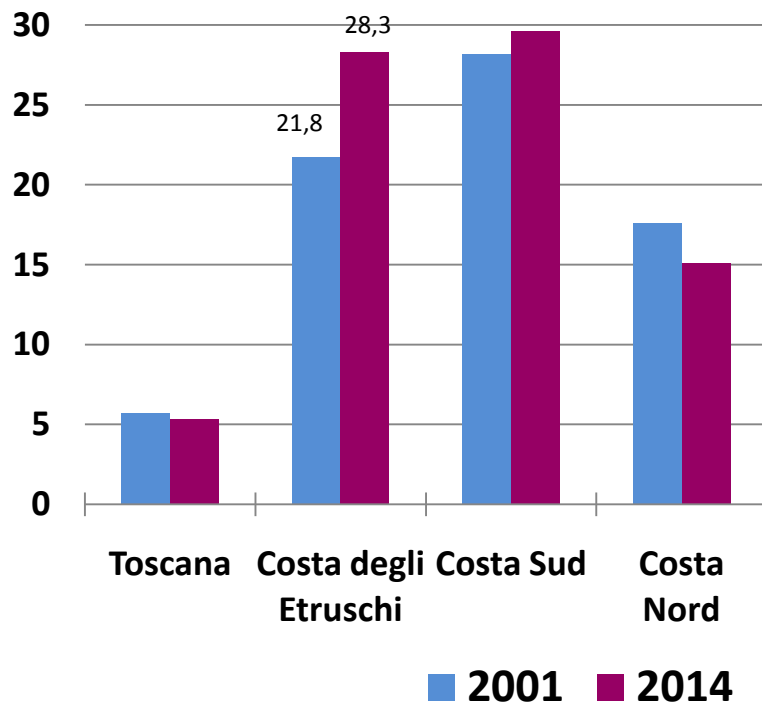
Il settore extra-alberghiero ed in particolare i campeggi e i villaggi “tengono” quanto a permanenza media

La stagionalità aumenta con le presenze

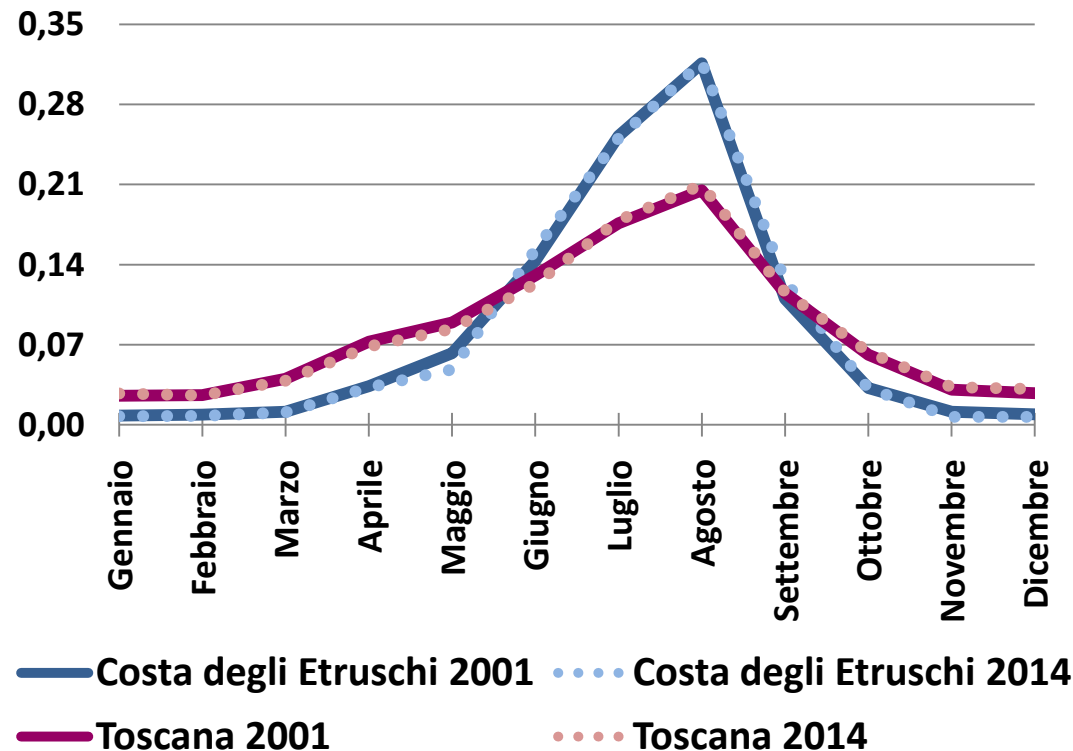
Le presenze aumentano... soprattutto nei mesi di picco: non si verifica destagionalizzazione: l'unica lieve evidenza riguarda un piccolo spostamento dai mesi precedenti a quelli successivi il periodo di picco, comune a tutte le località balneari e forse connessa con i cambiamenti climatici. La destagionalizzazione della Costa Nord è legata alla perdita di presenze turistiche.

Tassi di stagionalità *. 2001 e 2014

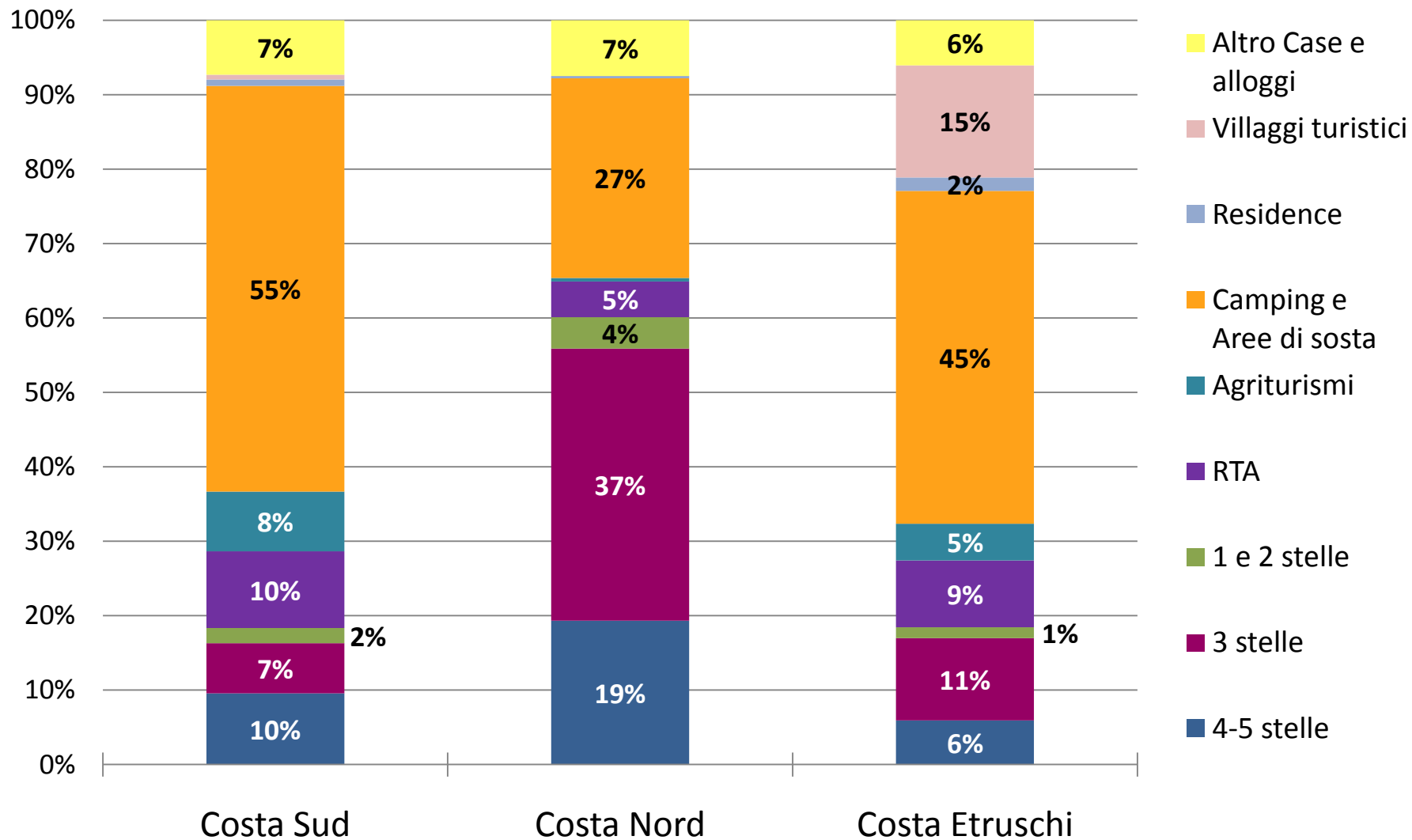
* presenze tra giugno-settembre/presenze tra novembre e febbraio



Distribuzione % delle presenze nei mesi. 2001 e 2014

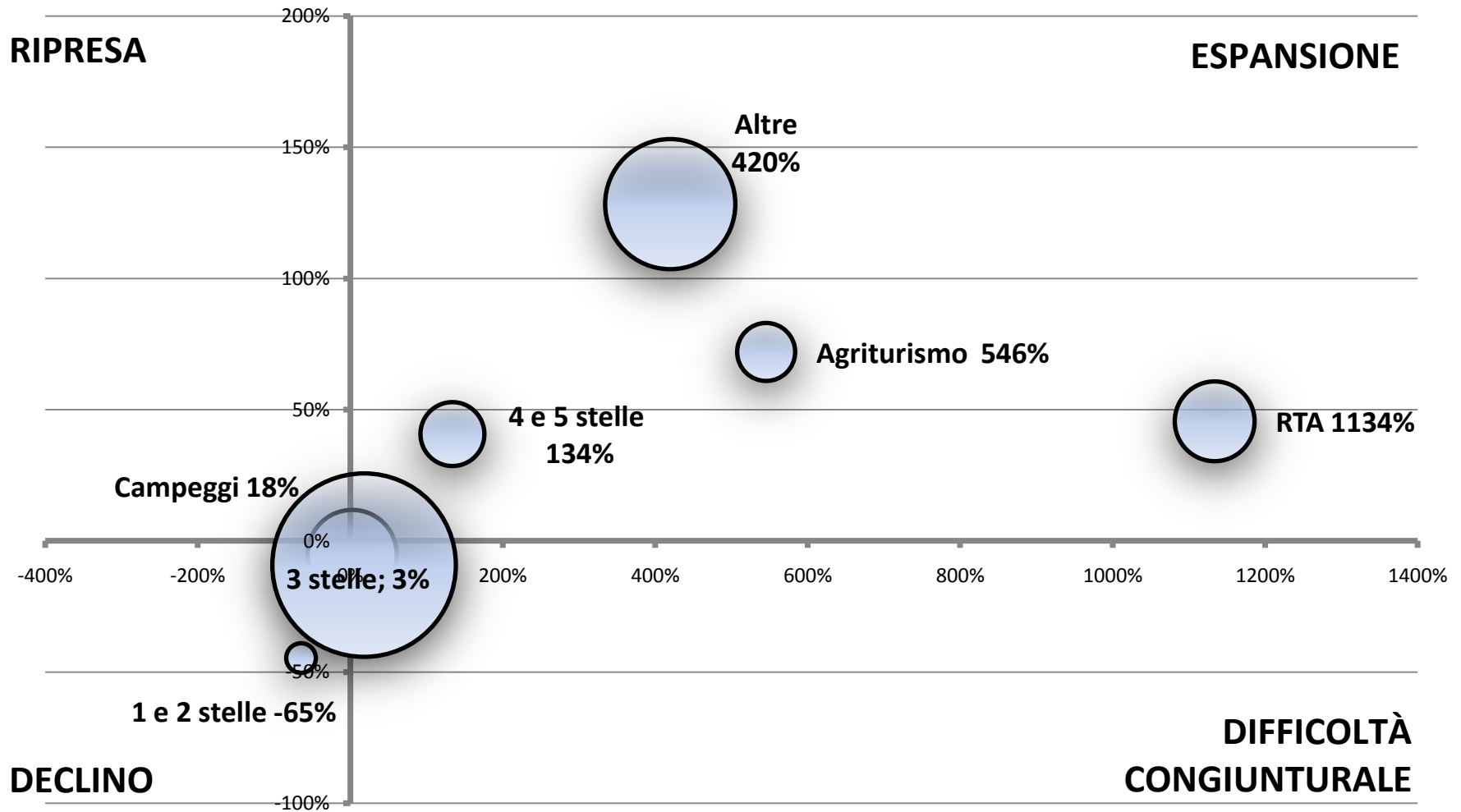


Distribuzione % delle presenze per tipologia ricettiva 2015



Presenze nelle tipologie ricettive

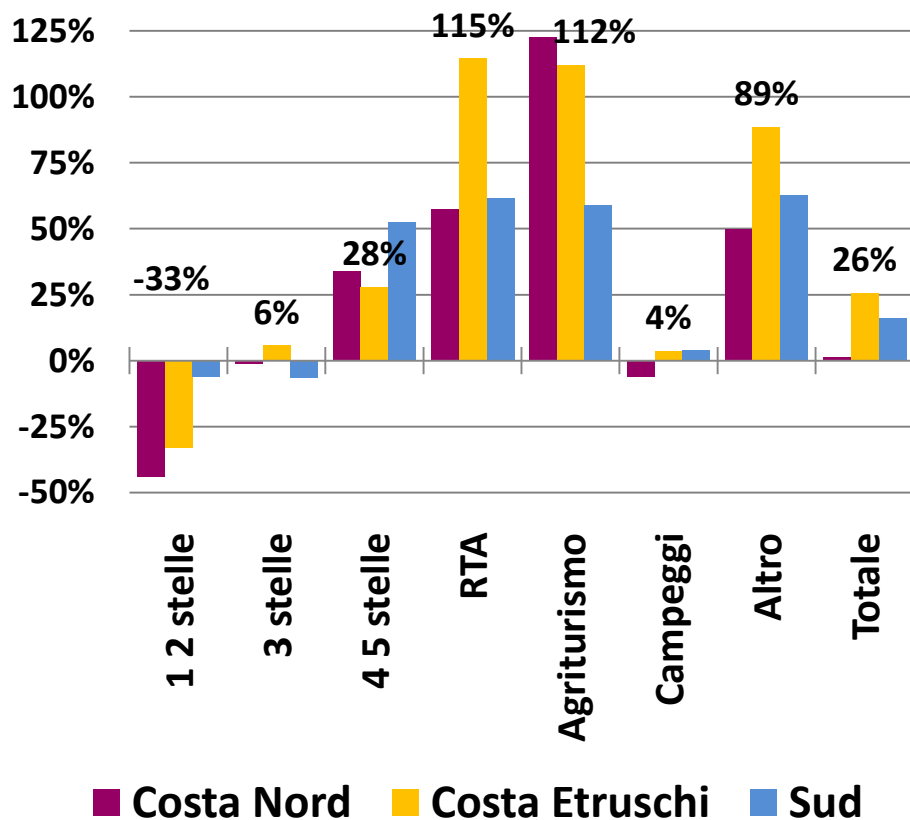
Var. % 2015/1997 (X) e 2015/2007 (Y)



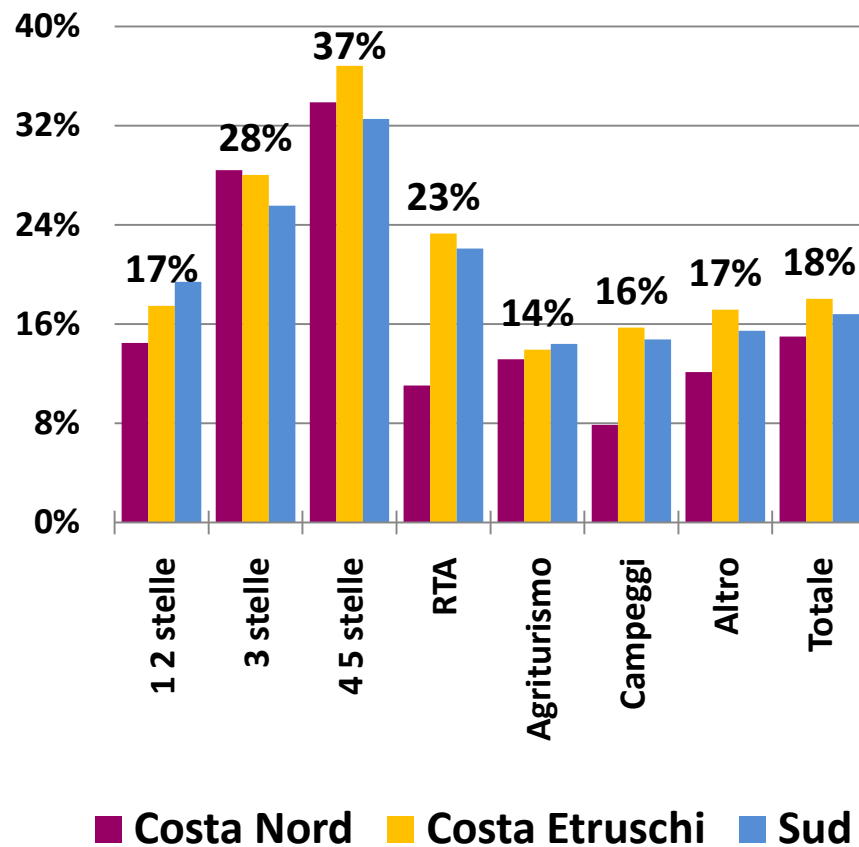
Elementi di competitività: tassi di occupazione per tipologia ricettiva

I tassi di occupazione tengono nonostante un forte incremento della ricettività...
ma non in tutte le tipologie ricettive

Var.% dei posti letto: 2014/2005



Tassi di occupazione lordi delle strutture: 2014



Elementi di competitività: tassi di occupazione per tipologia ricettiva

Toscana

	Tassi di occupazione		Var. % posti letto
	2005	2014	
1 2 stelle	24%	20%	-28%
3 stelle	32%	30%	-5%
4 5 stelle	39%	44%	33%
RTA	23%	21%	49%
Agriturismo	16%	14%	65%
Campeggi	15%	13%	2%
Altro	22%	21%	55%
Totale	23%	22%	18%

Costa degli Etruschi

	Tassi di occupazione		Var. % posti letto
	2005	2014	
1 2 stelle	20%	17%	-33%
3 stelle	30%	28%	6%
4 5 stelle	30%	37%	28%
RTA	23%	23%	115%
Agriturismo	13%	14%	112%
Campeggi	16%	16%	4%
Altro	14%	17%	89%
Totale	17%	18%	26%

Costa Nord

	Tassi di occupazione		Var. % posti letto
	2005	2014	
1 2 stelle	18%	14%	-44%
3 stelle	27%	28%	-1%
4 5 stelle	34%	34%	34%
RTA	12%	11%	57%
Agriturismo	13%	13%	123%
Campeggi	11%	8%	-6%
Altro	21%	12%	50%
Totale	17%	15%	1%

Costa Sud

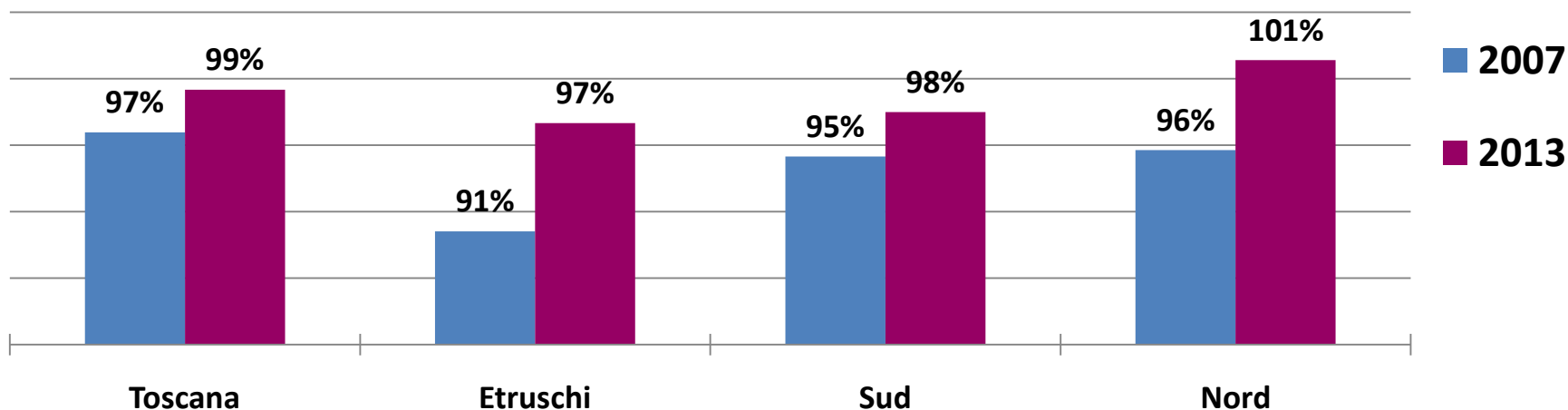
	Tassi di occupazione		Var. % posti letto
	2005	2014	
1 2 stelle	26%	19%	-6%
3 stelle	30%	26%	-6%
4 5 stelle	35%	33%	52%
RTA	23%	22%	62%
Agriturismo	19%	14%	59%
Campeggi	16%	15%	4%
Altro	20%	15%	63%
Totale	18%	17%	16%

I bilanci delle imprese durante la crisi 2007/2013

Costa degli Etruschi: consolidato delle società di capitale, alcune voci di bilancio: 2007 e 2013

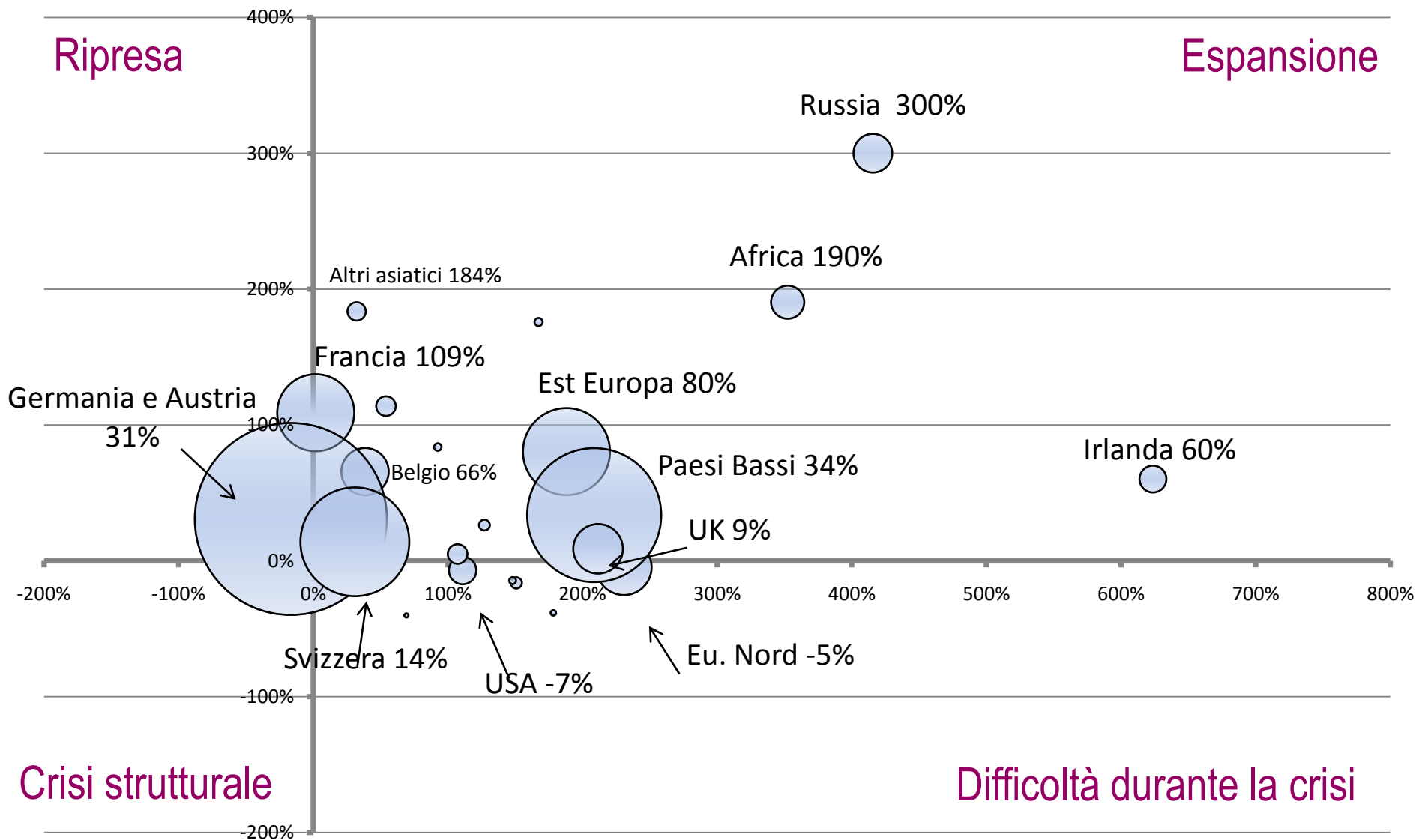
	2007	2013	Var. %
TOT. VAL. DELLA PRODUZIONE	140,729,626	170,052,966	21%
COSTI DELLA PRODUZIONE	127,803,664	165,516,553	30%
Servizi	33,628,452	40,629,997	21%
Totale costi del personale	32,438,353	48,341,943	49%
Salari e stipendi	23,590,630	35,150,784	49%
Valore Aggiunto	57,972,249	68,596,546	18%
TOTALE PROVENTI E ONERI FINANZIARI	- 8,196,146	-6,455,281	-21%
RISULTATO OPERATIVO	12,925,962	4,536,413	-65%

Rapporto tra costi e ricavi



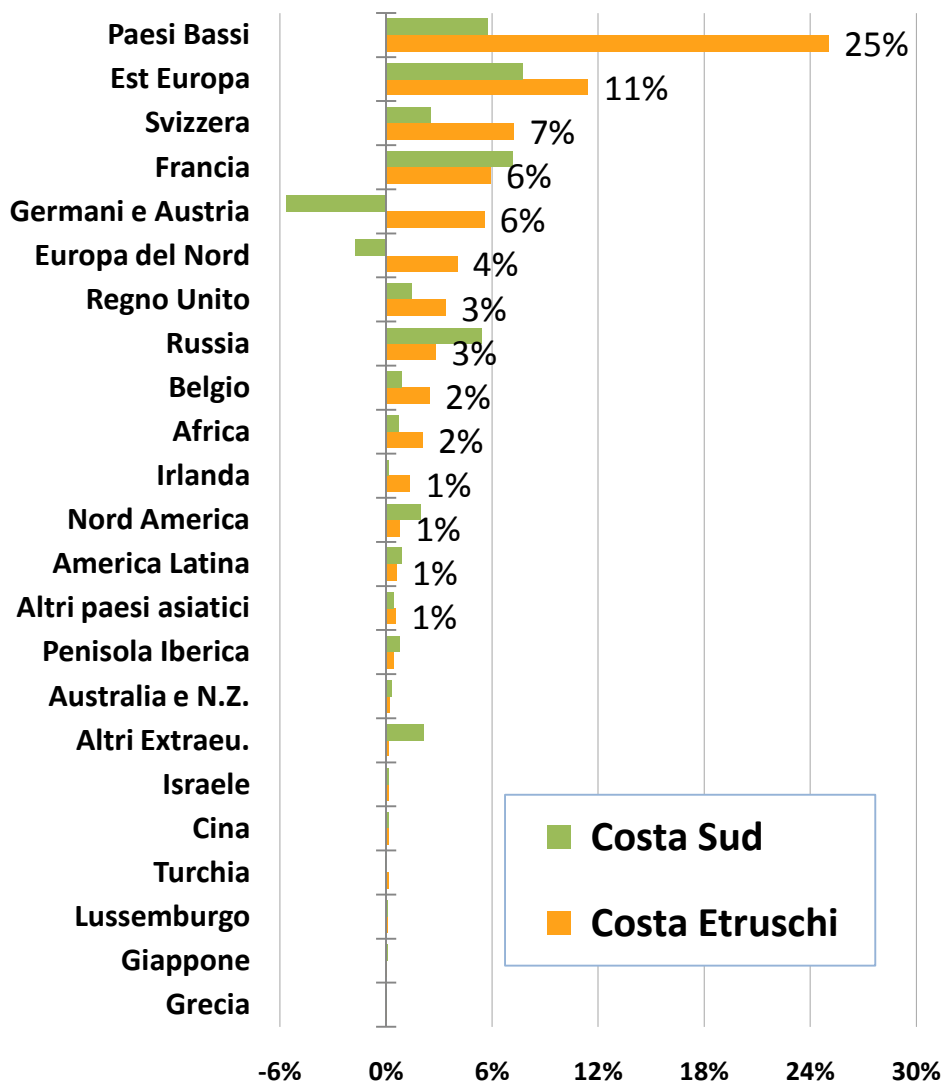
I principali mercati esteri e interni

Costa degli Etruschi: presenze turistiche straniere per nazione di provenienza. Var. % delle presenze: 2014-2007 e 2014-1997

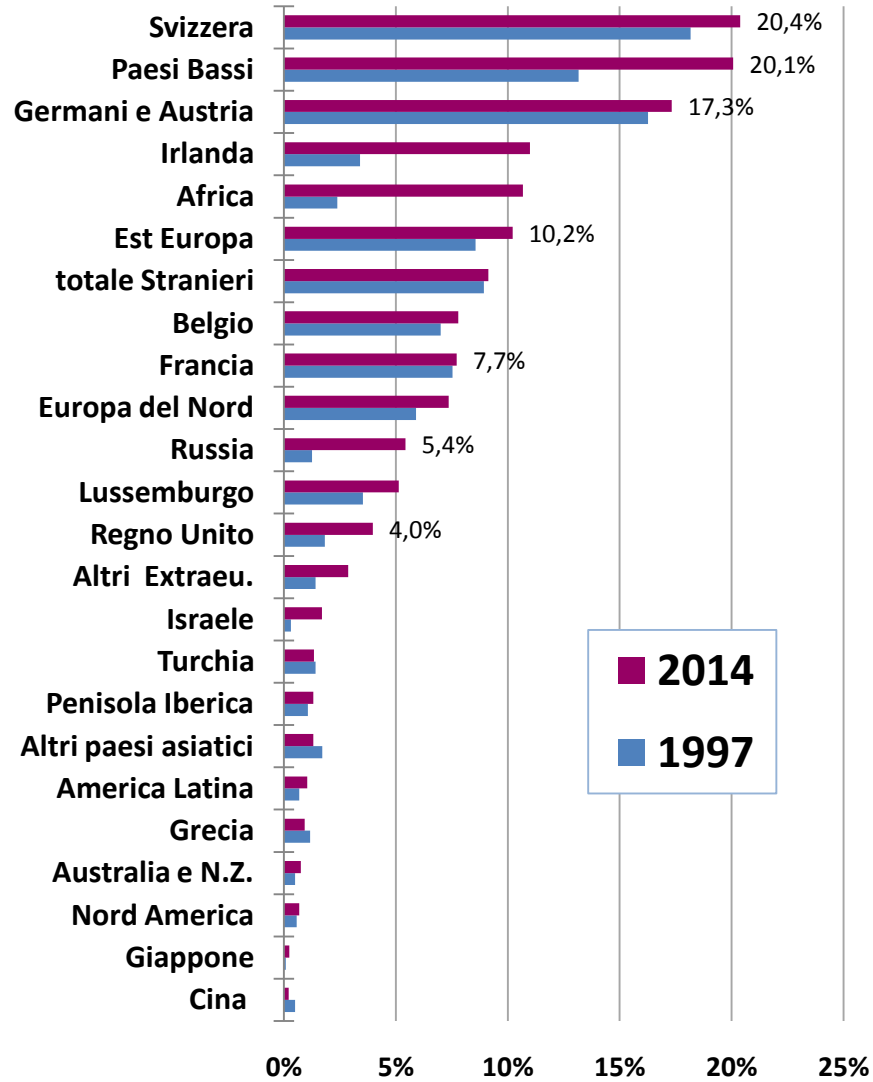


I mercati esteri: il confronto con la Costa sud e la regione

Contributo alla var. delle presenze straniere. 1997/2014



Costa degli Etruschi: quota delle presenze straniere sulla Toscana (9,1%)



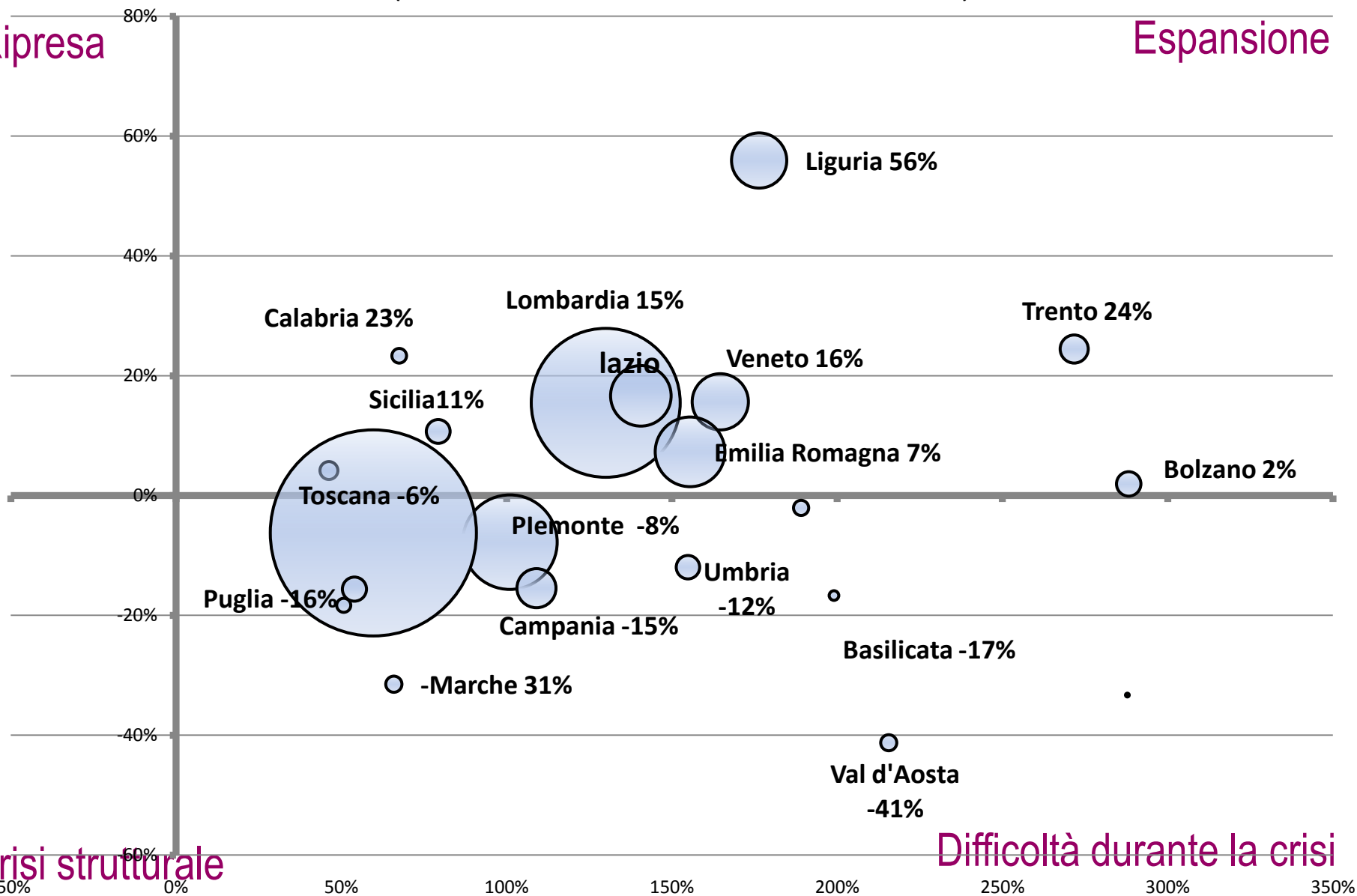
Costa degli Etruschi: presenze turistiche italiane per regione di provenienza

Var.% delle presenze: 2014-2007 (+1,3%) e 2014-1997 (+52%)

(Fonte: elaborazioni IRPET su dati ISTAT – RT)

Ripresa

Espansione

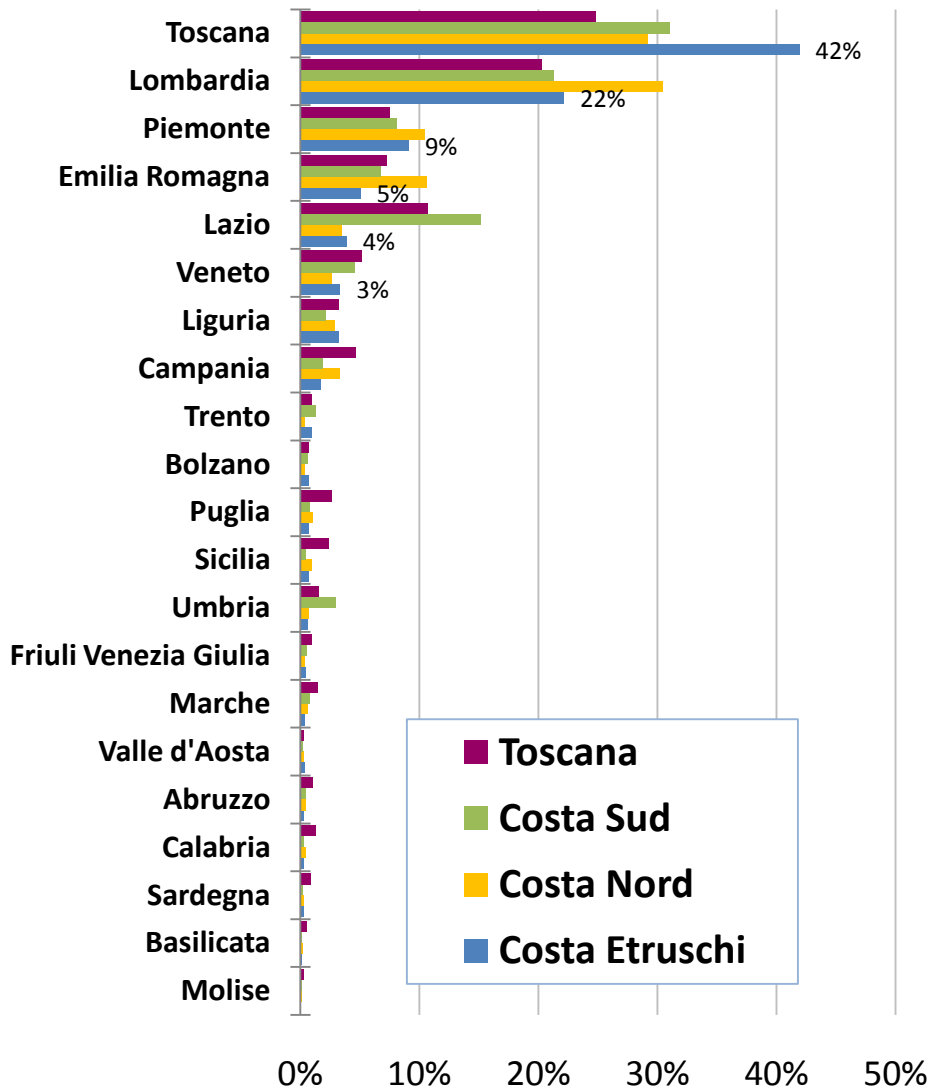


Crisi strutturale

Difficoltà durante la crisi

I mercati interni: peso e competitività

Distr. % delle presenze tra i mercati regionali: 2014

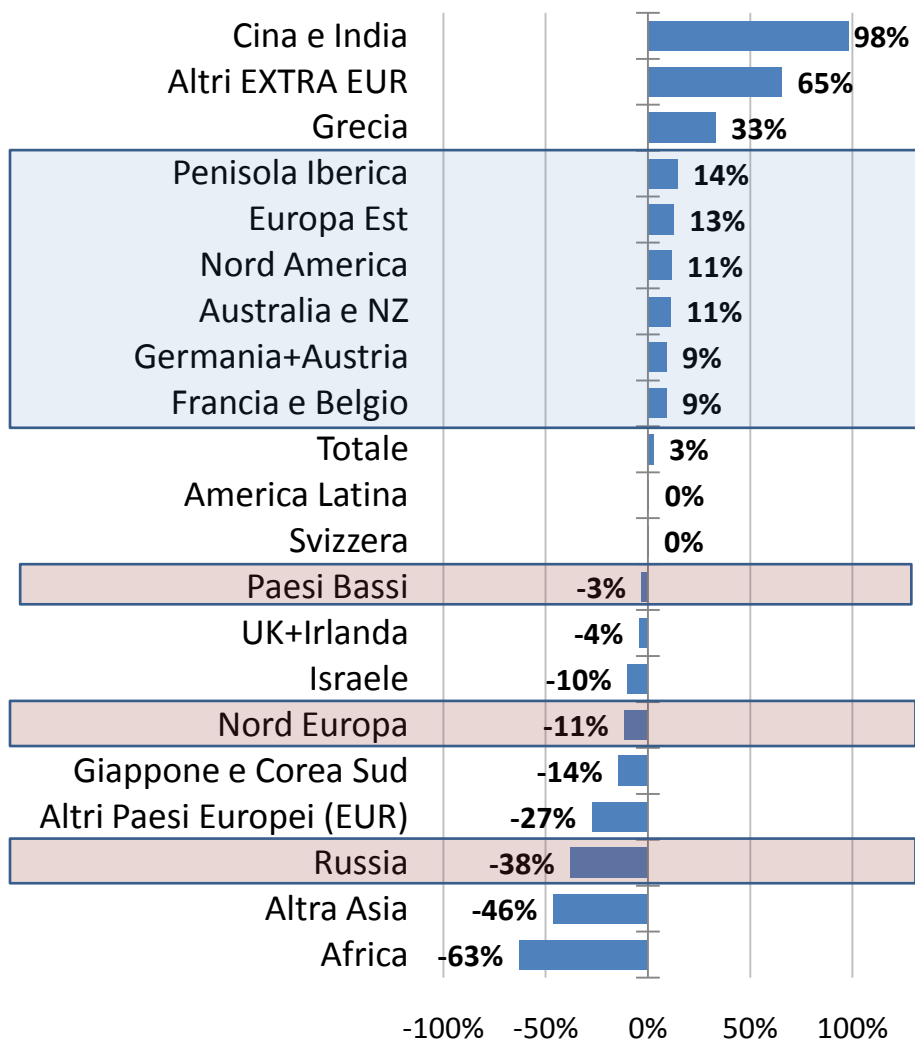


Quote di presenze su Toscana e Var.% 2014/2007

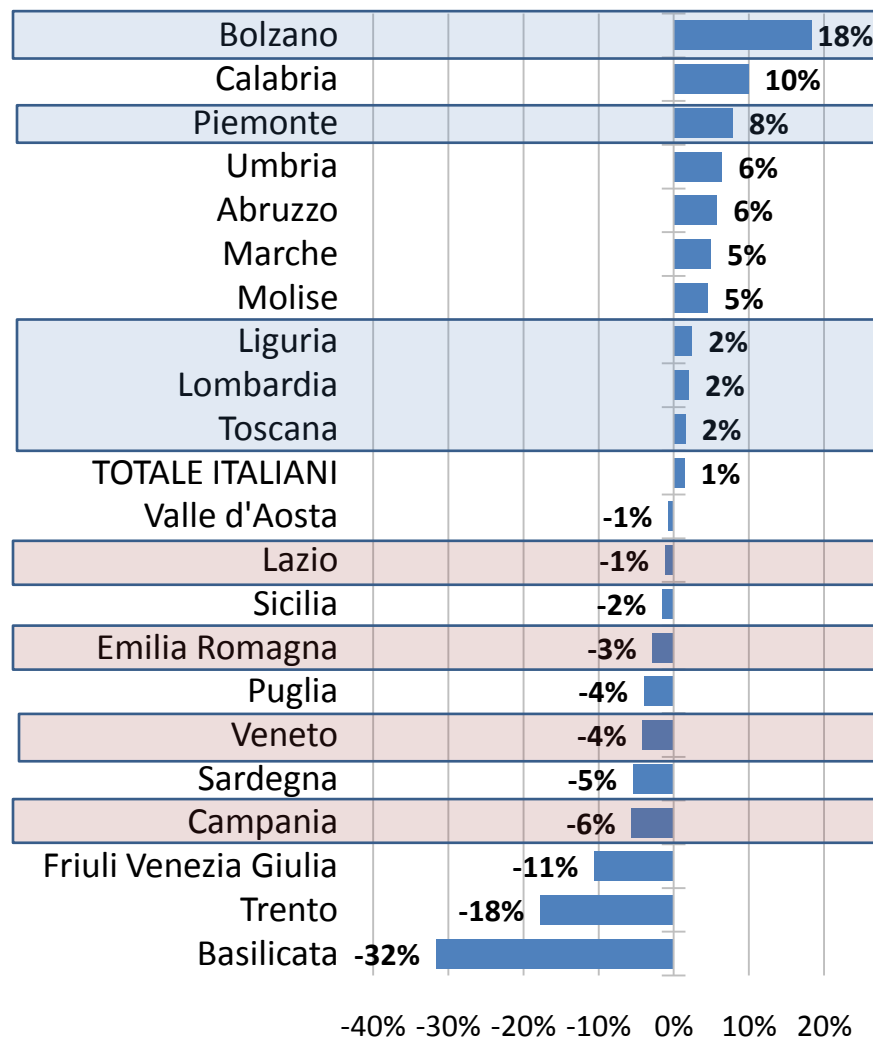
	% su Toscana		Var. % delle presenze 2014/2007		
	2007	2014	Costa degli Etruschi	Toscana	Costa Sud
Piemonte	19%	20%	-8%	-13%	-12%
Valle d'Aosta	30%	23%	-41%	-22%	9%
Lombardia	15%	18%	15%	-4%	-3%
Veneto	9%	11%	16%	-6%	-7%
Friuli V.G.	6%	7%	4%	-5%	-2%
Liguria	11%	16%	56%	0%	-3%
Emilia Rom.	10%	11%	7%	-7%	-6%
Toscana	25%	27%	-6%	-13%	-2%
Umbria	8%	7%	-12%	-1%	1%
Marche	6%	4%	-31%	0%	13%
Lazio	5%	6%	17%	-2%	3%
Abruzzo	5%	5%	-2%	-3%	-36%
Molise	4%	3%	-33%	8%	33%
Campania	6%	6%	-15%	-17%	-32%
Puglia	5%	4%	-16%	-6%	12%
Basilicata	6%	5%	-17%	6%	-17%
Calabria	3%	4%	23%	-10%	-46%
Sicilia	4%	5%	11%	-7%	-24%
Sardegna	6%	5%	-18%	-7%	20%
Bolzano	19%	16%	2%	20%	36%
Trento	14%	16%	24%	5%	20%
ITALIANI	14%	16%	1%	-8%	-4%

Nel 2015: +2,7% stranieri, +1,5% italiani

Var. % delle presenze per nazionalità: 2015/2014



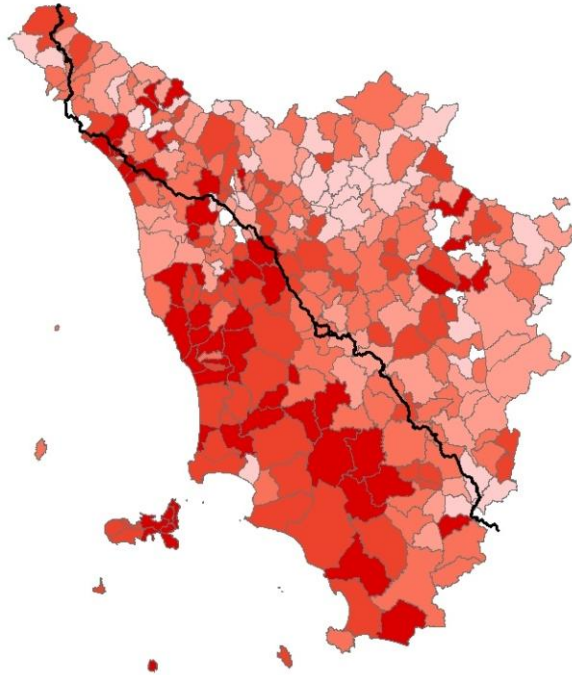
Var. % delle presenze per regione: 2015/2014



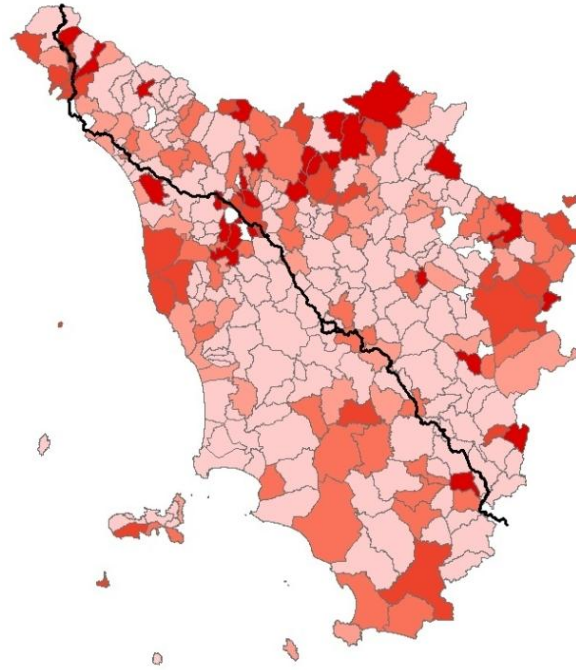
Diversi pattern di consumo turistico

Indici di specializzazione delle presenze sul territorio della Toscana

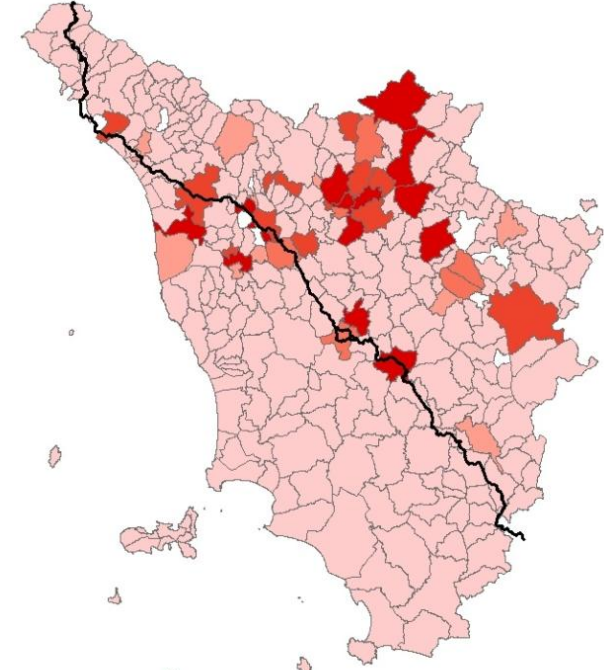
I tedeschi



Gli est europei

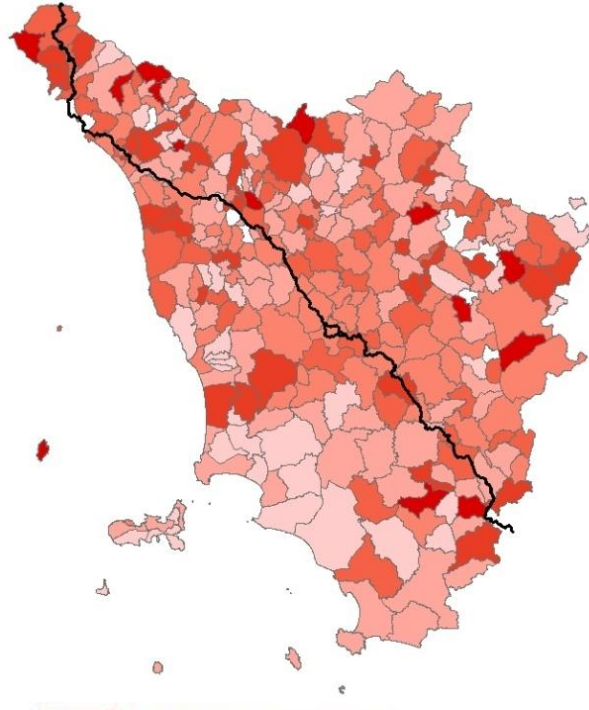


I cinesi

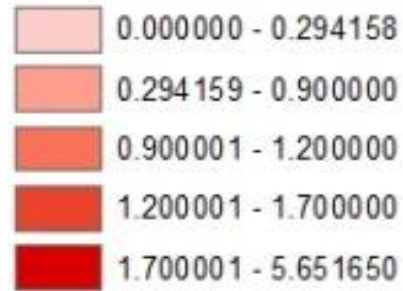
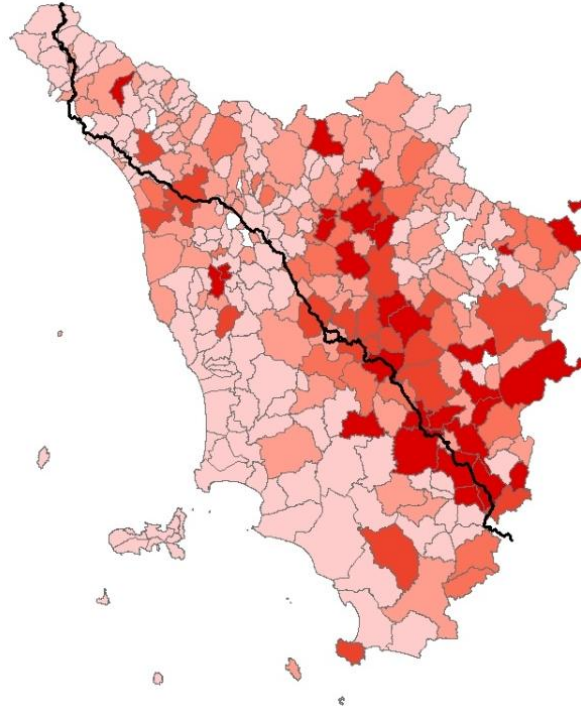


Diversi pattern di consumo turistico

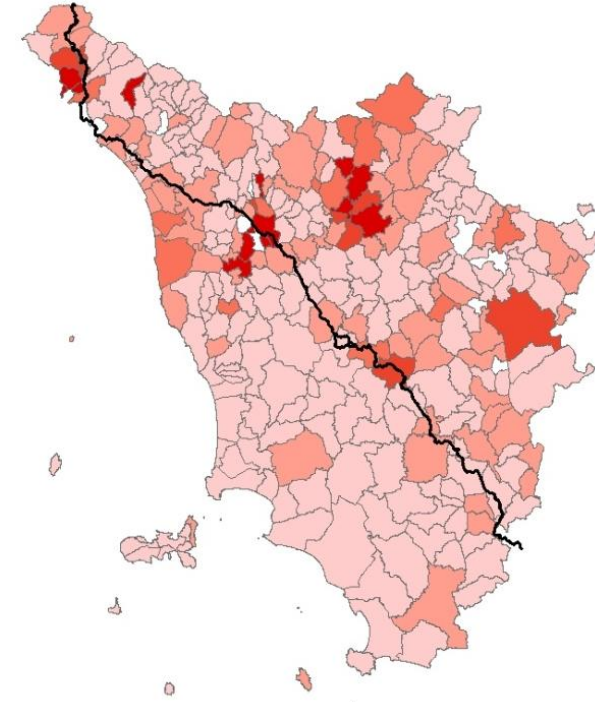
Francesi e belgi



Statunitensi e canadesi



... dall'America Latina



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

	Molto stabili	Stabili	Poco stabili	Non stabili
Grandi 265.000 persone	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		Camerieri e professioni assimilate; Personale non qualificato nei servizi di ristorazione	Compositori, musicisti e cantanti; Personale non qualificato addetto alla pulizia nei servizi di alloggio e nelle navi
Medio grandi 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	
Medio piccole 9.000	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		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	
Piccole 1.300	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		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

Un ruolo cruciale

Il 17% del PIL dell'area (se escludiamo Livorno)

11.700 unità di lavoro attivate

56% del saldo commerciale attivo

Dinamicità sui mercati internazionali in particolare sui mercati europei già presidiati (Germania in testa) ma anche sui nuovi mercati (Est Europa), poca proiezione fuori dall'Europa, molta concentrazione sui mercati tradizionalmente presidiati

Resilienza sui mercati interni: ... ma siamo lontani dal recuperare i livelli pre-crisi.

Identità e valore dell'esperienza turistica. La valorizzazione all'interno di un'offerta turistica integrata degli elementi irriproducibili e di qualità della destinazione turistiche dal patrimonio ambientale e paesaggistico al patrimonio 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 dell'area

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 locale/regionale forte che riesca a coniugare, da un lato, a partire dal riconoscimento della strategicità del settore, maggiori investimenti volti a migliorare le infrastrutture e 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.



IRPET Istituto Regionale
Programmazione
Economica
della Toscana

Il ruolo del turismo nell'economia della Costa degli Etruschi: tendenze strutturali di medio lungo periodo

Enrico Conti

San Vincenzo, 4 aprile 2016