



IRPET Istituto Regionale
Programmazione
Economica
della Toscana

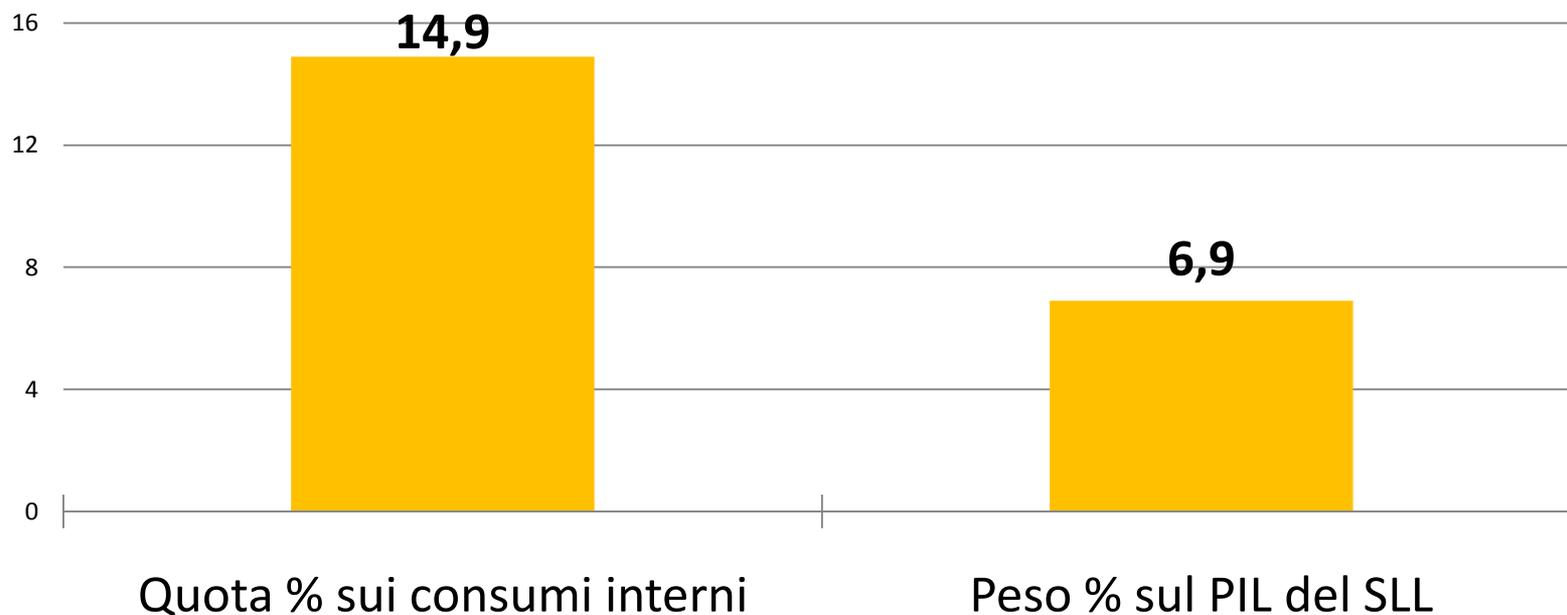
Il ruolo del turismo nell'economia del Mugello: tendenze strutturali di medio lungo periodo

Enrico Conti

Borgo San Lorenzo, 18 marzo 2016

Il peso del turismo nell'economia del Mugello

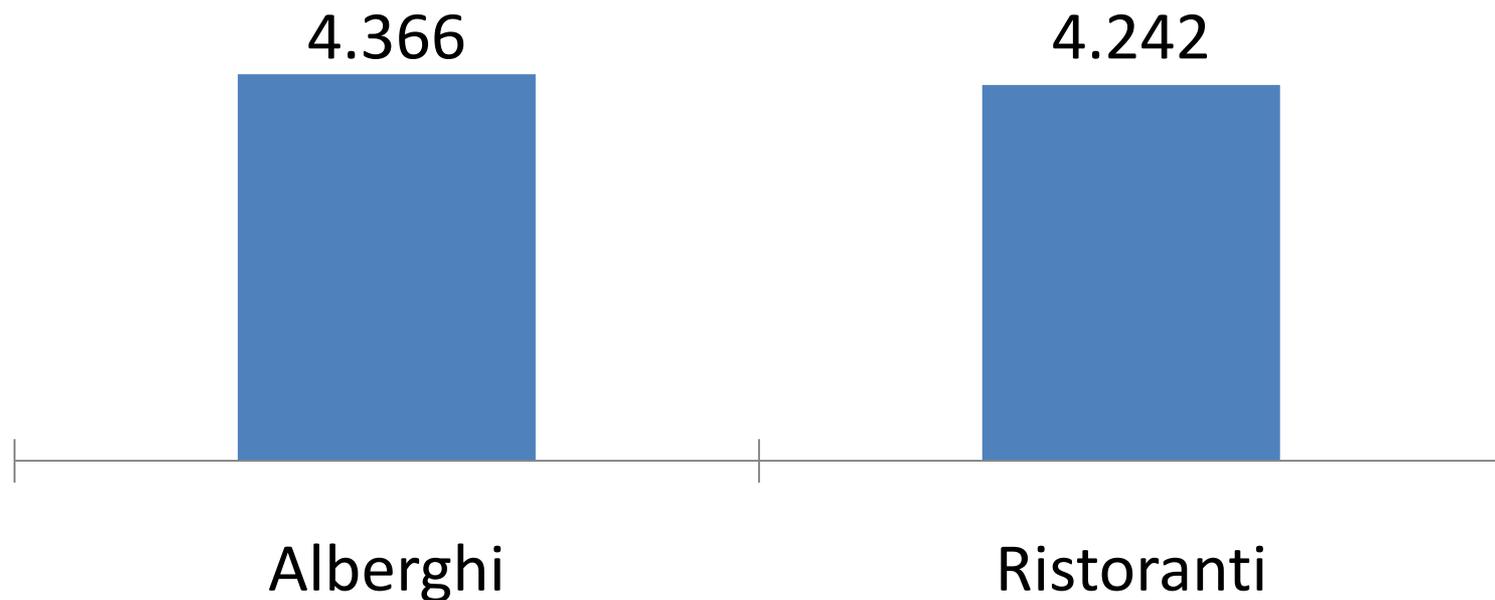
- Nel 2014 434 mila presenze ufficiali
- Quasi altrettante le presenze stimate in strutture non commerciali (case in particolare)
- Oltre 80 milioni la spesa turistica complessiva



Il peso del turismo nel Mugello: il lavoro

- Su 63.000 contratti di lavoro aperti tra il 2008 ed il 2014 il 14% riguarda alberghi e ristoranti
- Il saldo occupazionale 2008-2014 tra avviamenti e cessazioni è positivo: + 319 contratti

Alberghi e Ristoranti: contratti avviati tra il 2008 e il 2014 nei comuni del Mugello

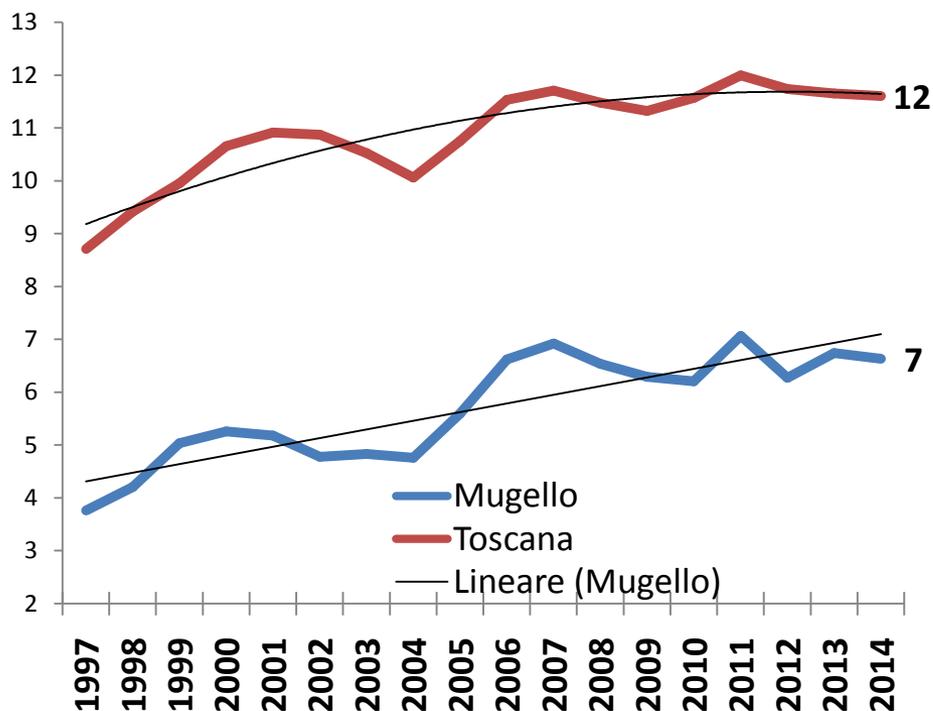


Elementi di competitività e di debolezza del sistema turistico

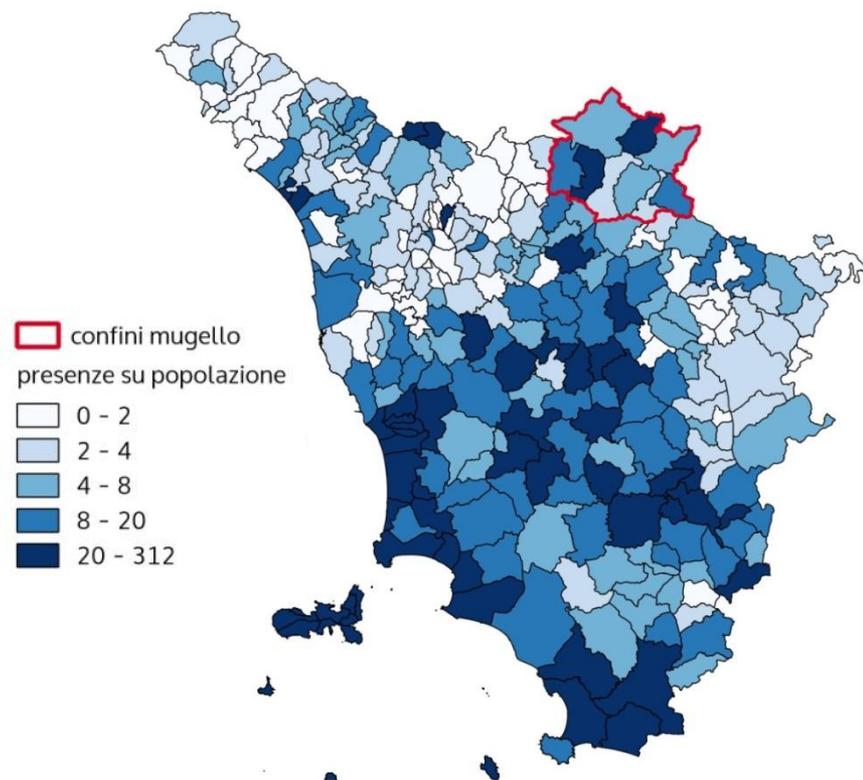
Il Mugello: un sistema turistico di recente sviluppo

...con margini di crescita. Presenze su popolazione sotto la media toscana. Le presenze aumentano del 50% tra il 1997 ed il 2001 passando da 200 a 300 mila circa e a 434.000 nel 2007. La crisi stoppa la crescita.

Presenze turistiche/popolazione: 1997-2014



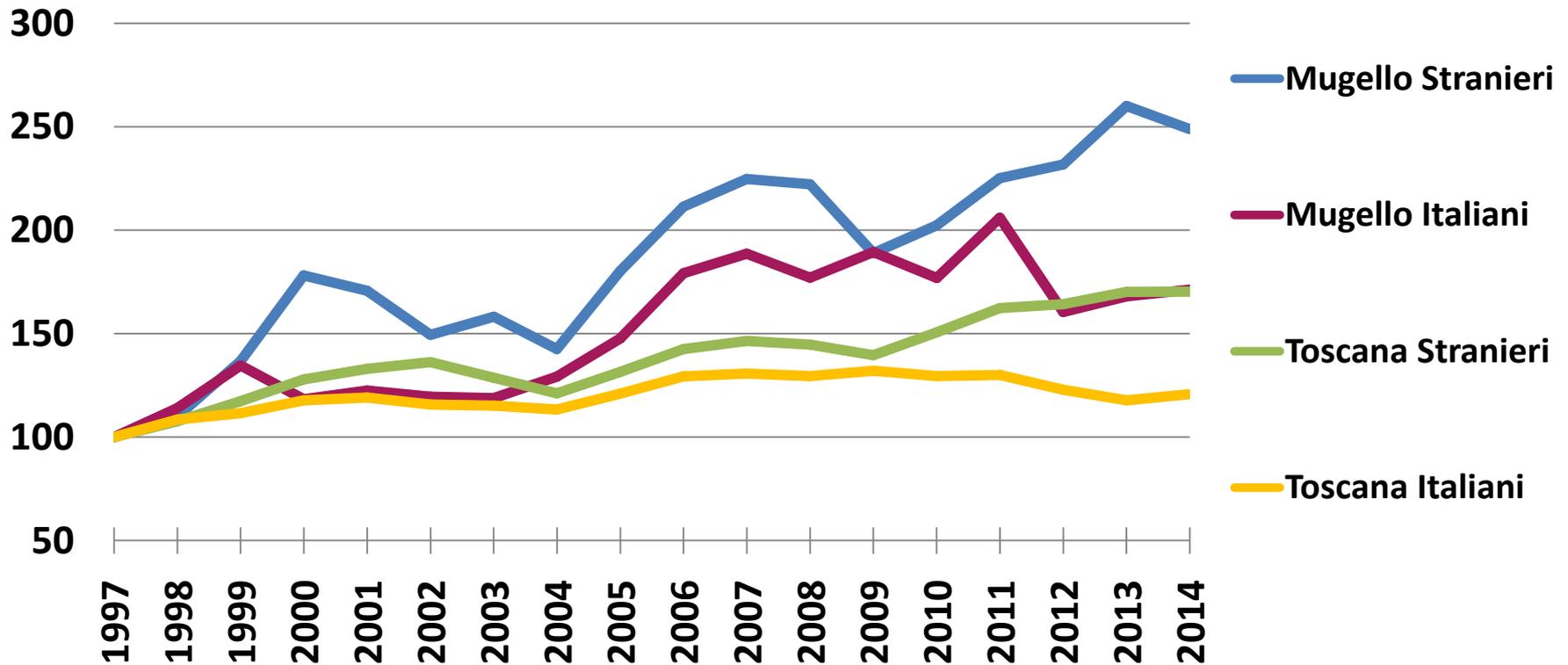
Presenze turistiche/popolazione: 2014



Elementi di competitività: Italiani e stranieri

Il turismo del Mugello si internazionalizza seguendo il pattern regionale...
Nel 2014 1 straniero su 100 pernotta in Mugello, nel 1997 erano circa 0,6.

Var. delle presenze 1997-2014: numero indice 1997 =100



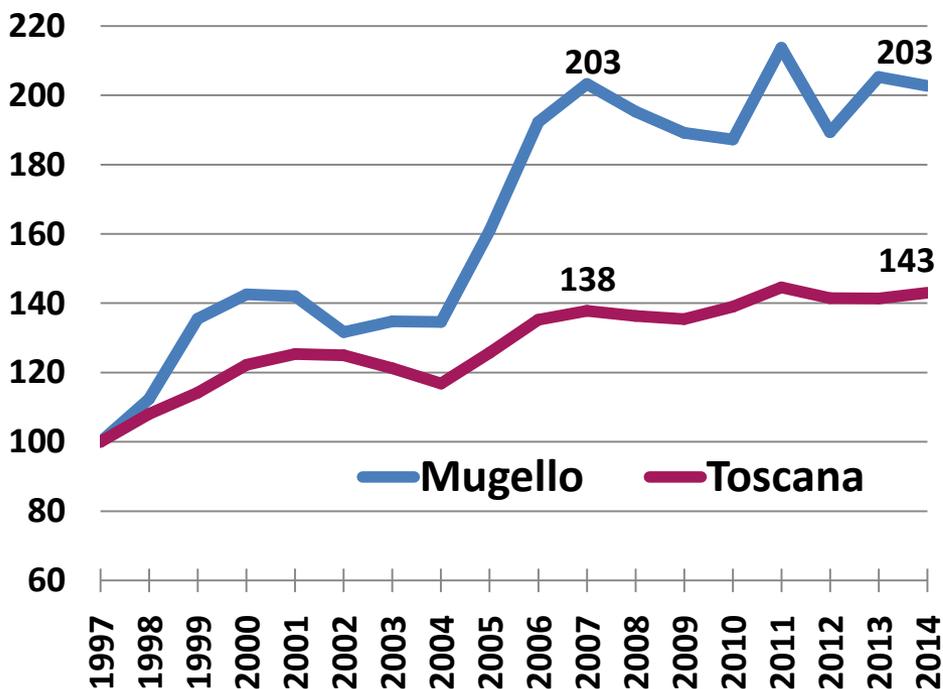
Elementi di competitività: la domanda e l'offerta complessiva

Le presenze turistiche nel Mugello crescono tra il 1997 ed il 2001 da 200 a 300 mila circa e giungono a 434.000 nel 2007. La crisi stoppa la crescita.

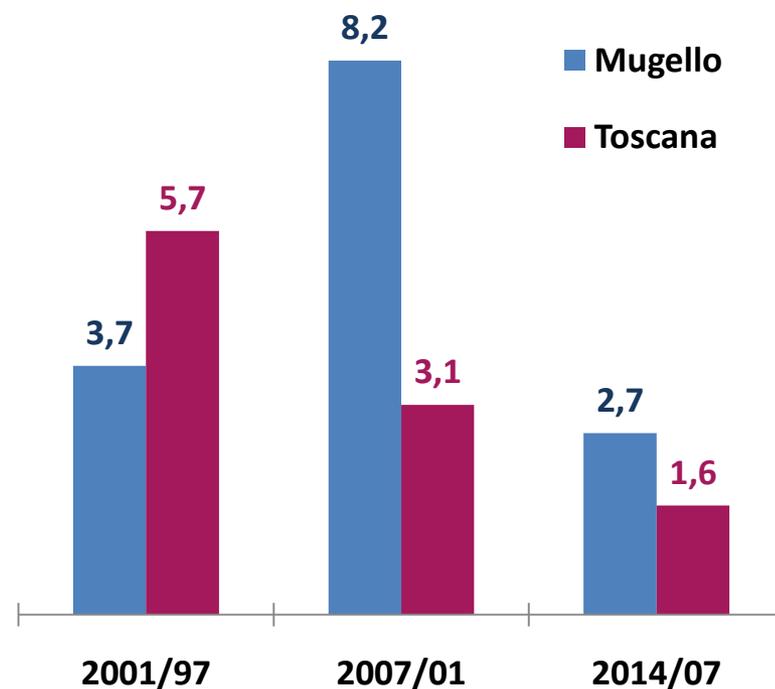
I posti letto crescono da 3,200 a 5,900 prima della crisi, ma continuano ad aumentare anche successivamente (7.100 nel 2014)...

Presenze turistiche 1997-2014:

Numero indice 1997 = 100



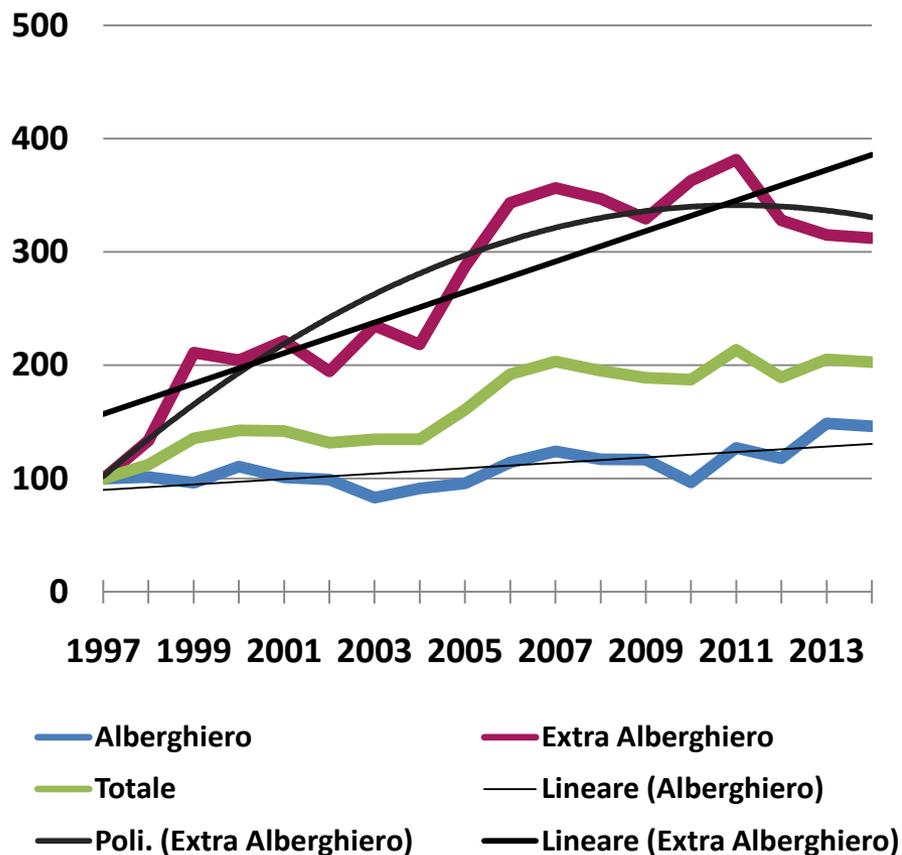
Var. % media annua dei posti letto: 1997-2014



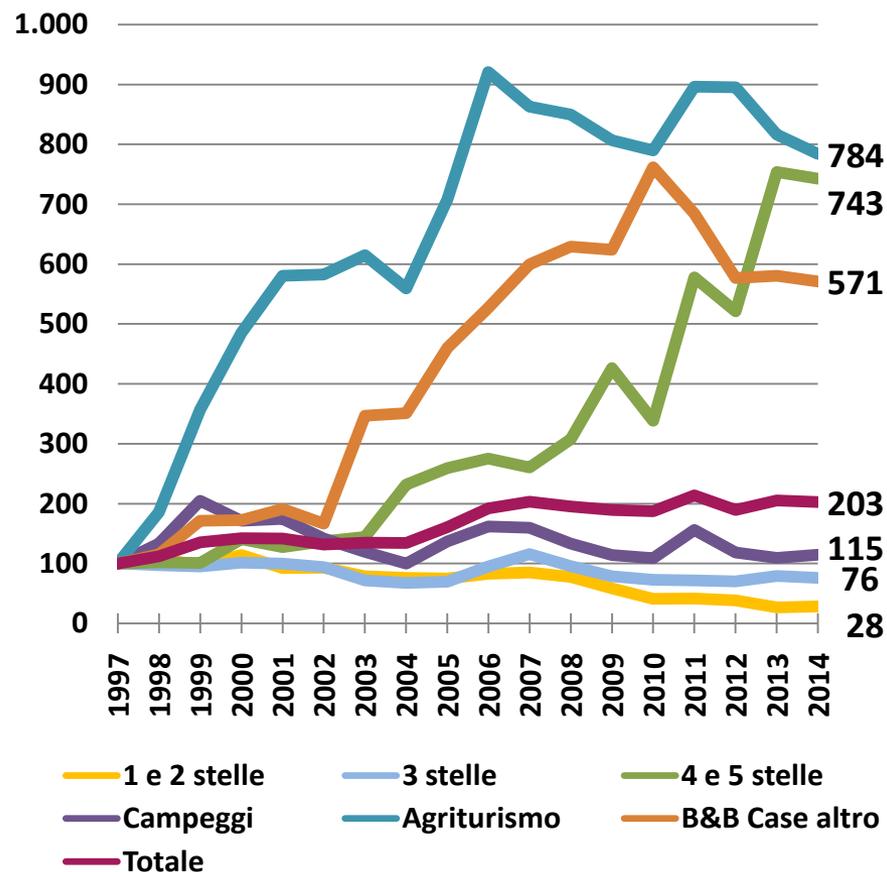
Elementi di competitività: presenze per tipologia ricettiva

La crisi accentua i divari: solo 4 e 5 stelle continuano a crescere

Presenze per tipo di struttura;
numero indice 1997 = 100



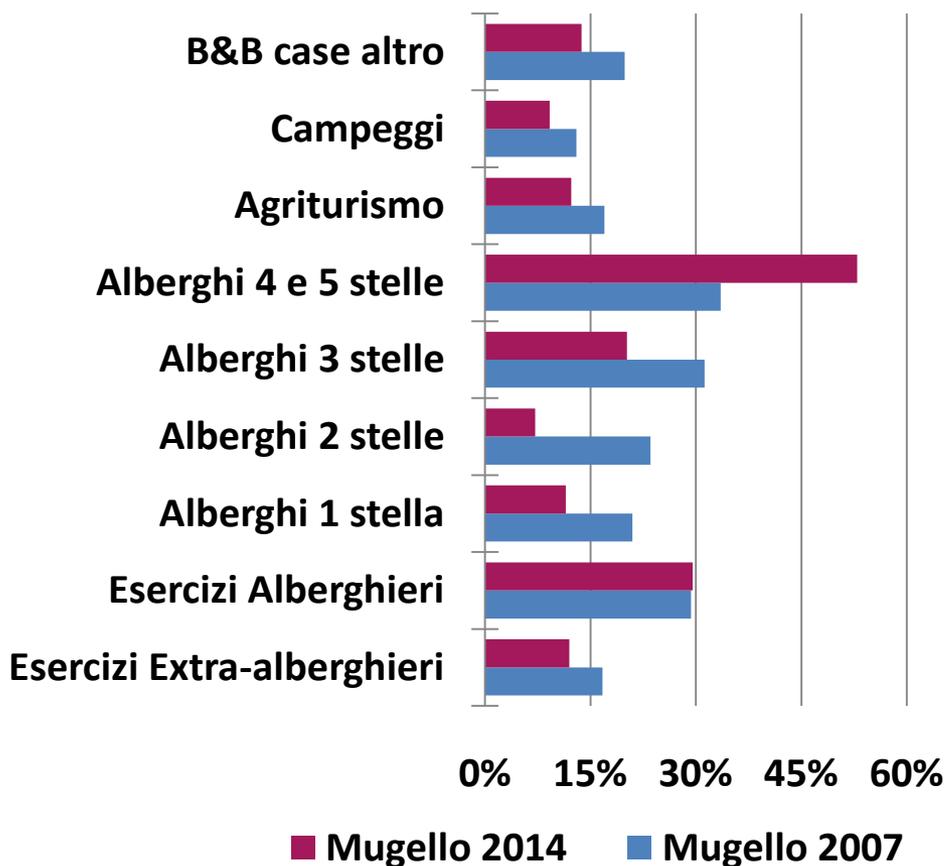
Presenze per tipo di struttura;
numero indice 1997 = 100



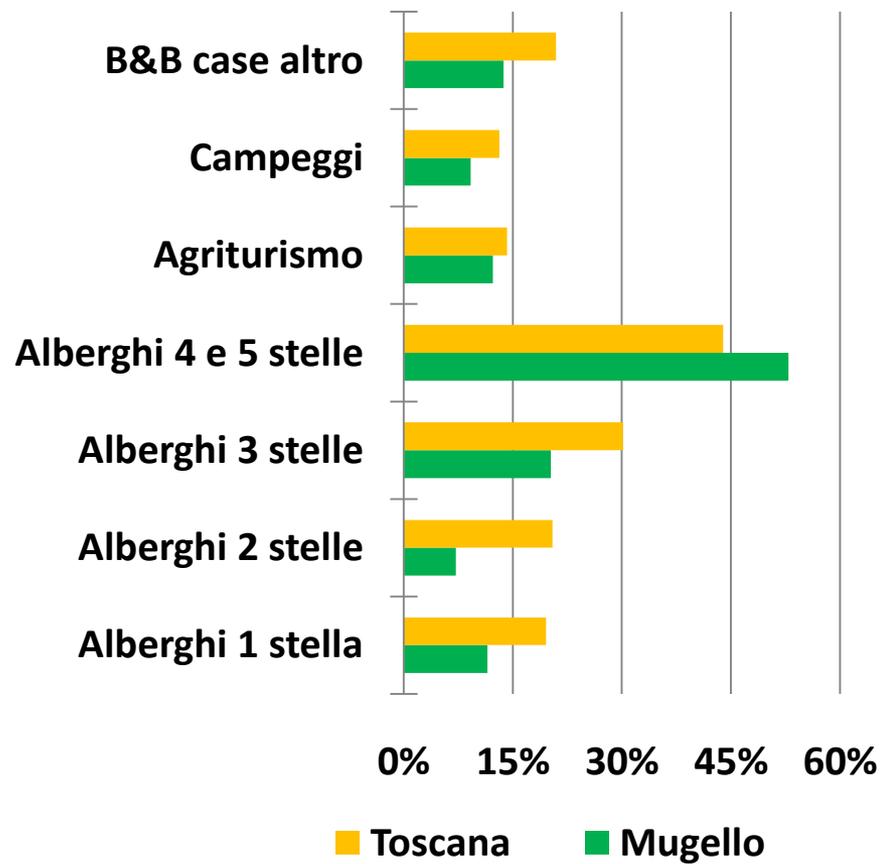
Elementi di competitività: tassi di occupazione per tipologia ricettiva

... i tassi di occupazione scendono e si posizionano più in basso della media toscana

Tassi di occupazione: 2007 e 2014



Tassi di occupazione Mugello vs Toscana: 2014



I bilanci delle imprese durante la crisi

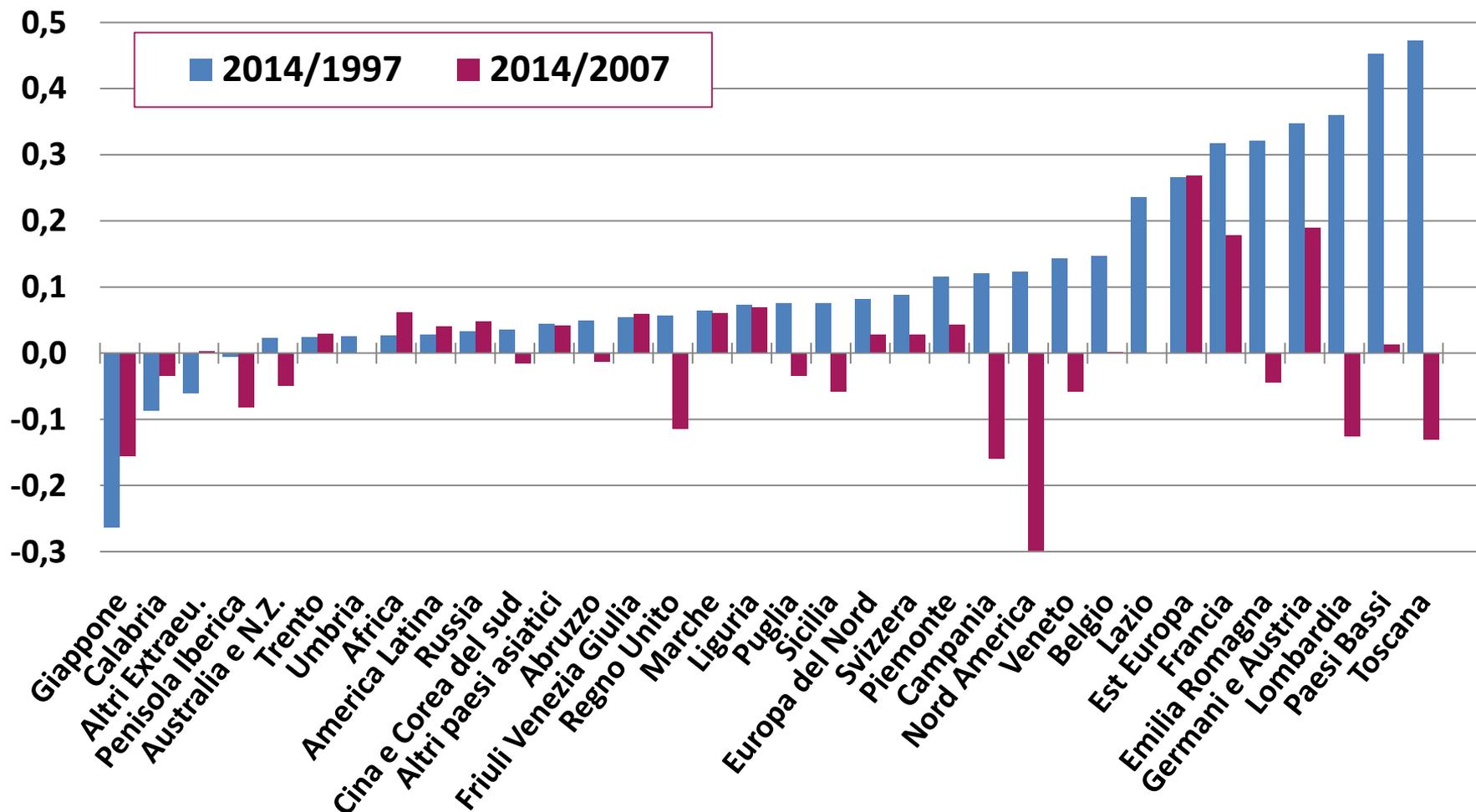
	Mugello			Toscana		
	2007	2013	Var.%	2007	2013	Var.%
Ricavi	17,888	18,203	1.8	1,767,973	2,343,310	32.5
Valore della produzione	18,020	18,885	4.8	1,879,471	2,423,979	29.0
Costi della produzione	17,044	19,167	12.5	1,818,672	2,407,823	32.4
Costi del personale	5,030	5,265	4.7	467,480	674,656	44.3
Servizi	2,870	3,431	19.6	441,088	599,530	35.9
Risultato operativo	976	-282	-128.9	60,789	16,157	-73.4
Proventi e oneri finanziari	-636	-503	-21.0	-63,522	-62,099	-2.2
Debiti v/banche su fatt. (%)	60.3	65.6	5.2	72.5	61.4	-11.1
Costo denaro a prestito (%)	6.0	4.3	-1.7	6.7	6.1	-0.6
Oneri finanz. su fatt. (%)	3.6	2.8	-0.8	4.8	3.7	-1.1
Debt/Equity ratio	6.6	1.7	-4.9	1.2	0.9	-0.3
EBITDA/Vendite	11.1	2.9	-8.2	11.0	8.0	-3.0
Redditività di tutto il capitale investito (ROI) (%)	6.9	-1.3	-8.3	2.0	0.4	-1.6
Redditività delle vendite (ROS) (%)	5.4	-1.5	-6.9	3.3	0.7	-2.7
Numero dipendenti	45	223	395.6	11380	30746	170.2

I principali mercati esteri e interni

I mercati interni ed esteri: contributo alla var. delle presenze media annua

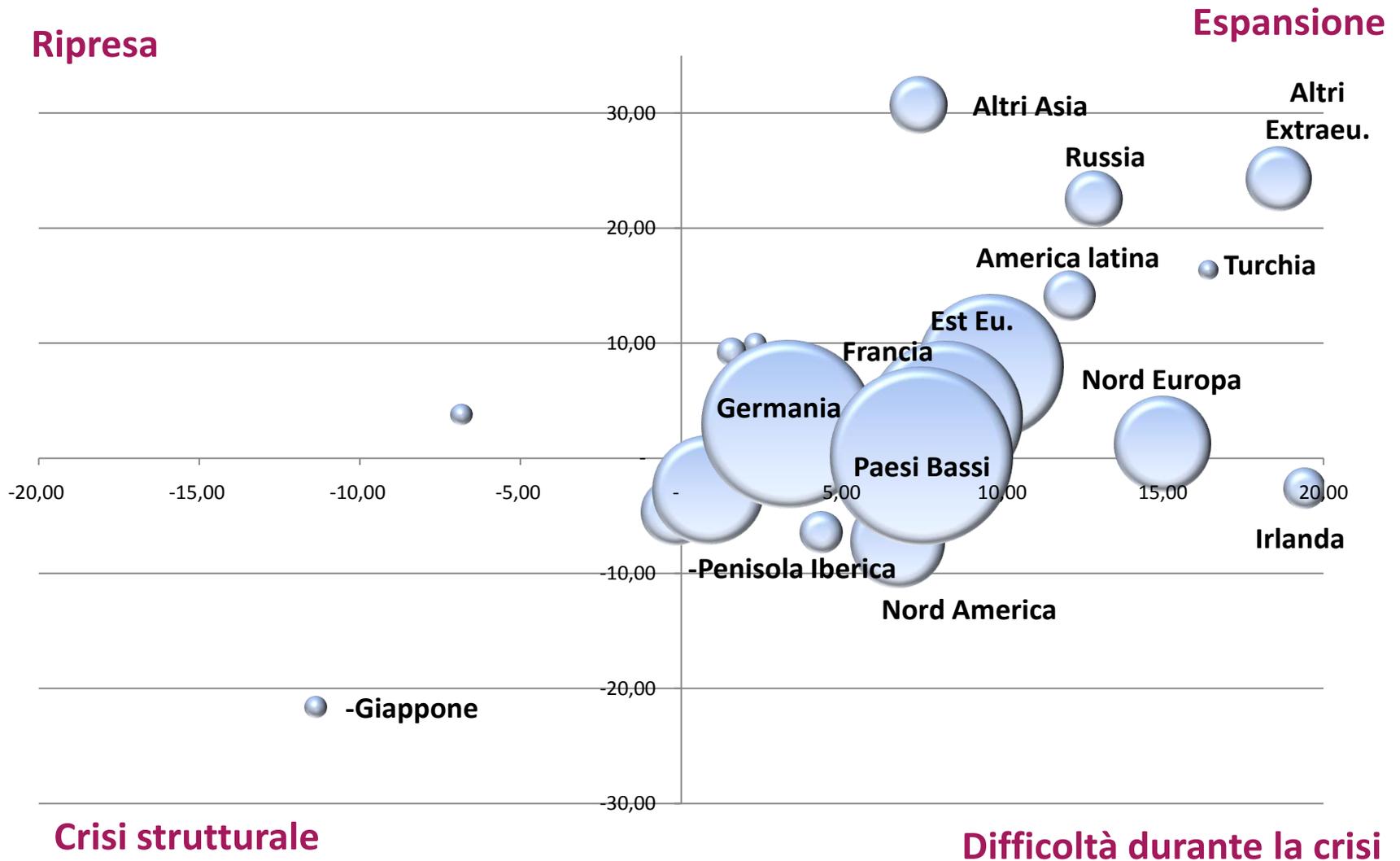
1997/2014 = (+5%)

2007/2014 = (-0,04%)



Presenze turistiche straniere in Mugello per nazione di provenienza

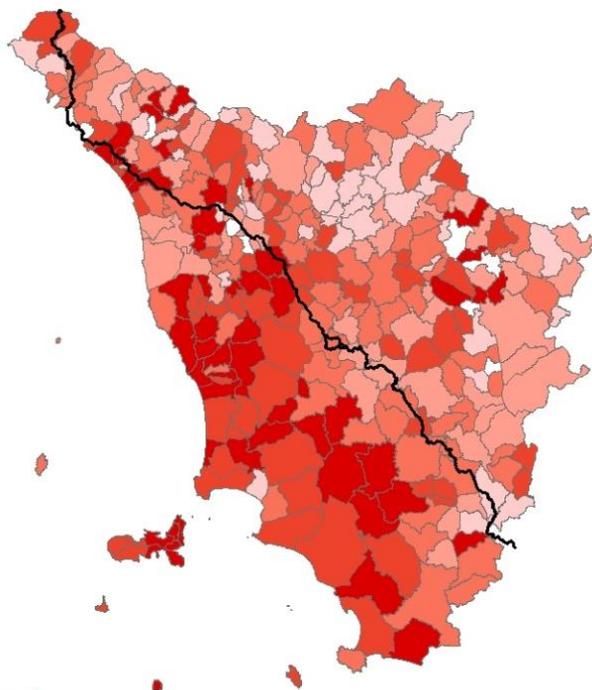
Var.% delle presenze: 2014-2007 (+11%) e 2014-1997 (+149%)



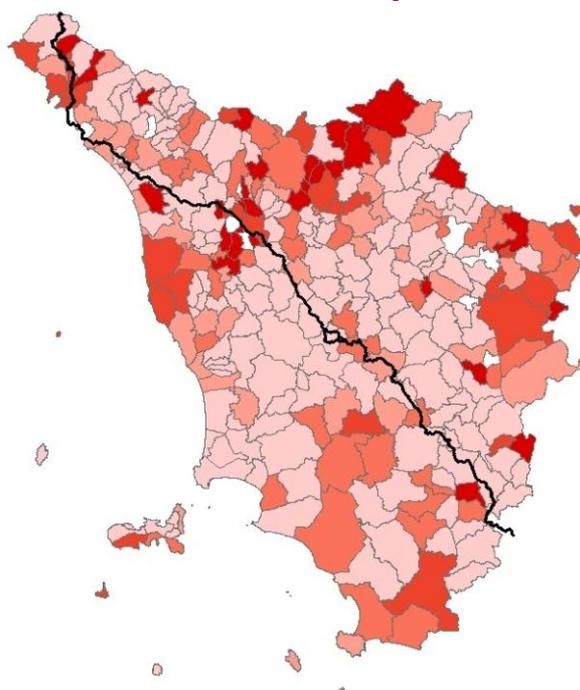
Diversi pattern di consumo turistico

Indici di specializzazione delle presenze sul territorio della Toscana

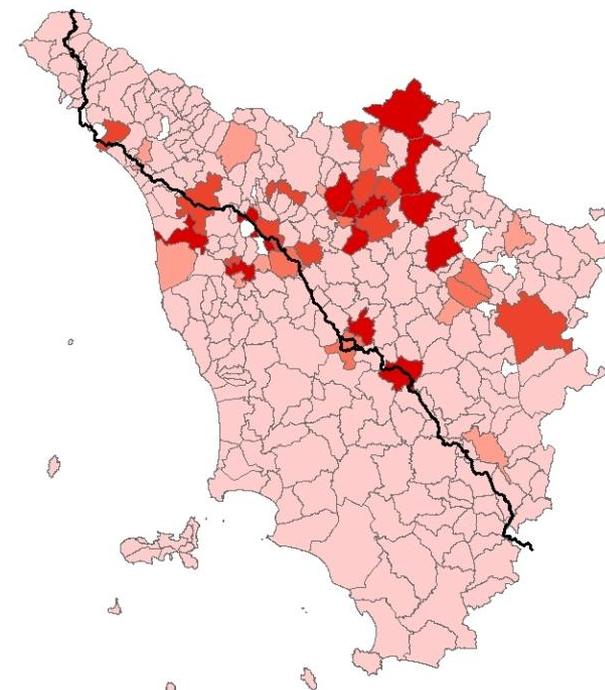
I tedeschi



Gli est europei



I cinesi



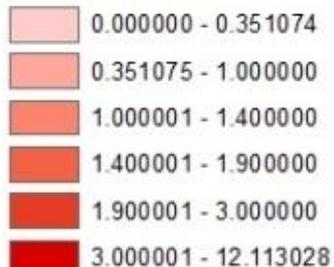
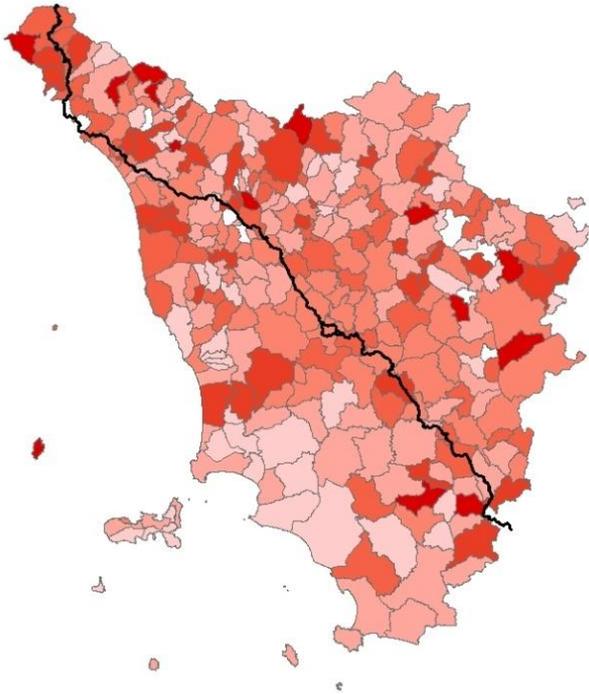
0.000000 - 0.375021
0.375022 - 0.753519
0.753520 - 1.209967
1.209968 - 1.861423
1.861424 - 3.428937

0.000000 - 0.750000
0.750001 - 1.250000
1.250001 - 2.250000
2.250001 - 4.000000
4.000001 - 21.293798

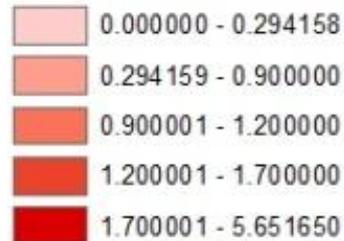
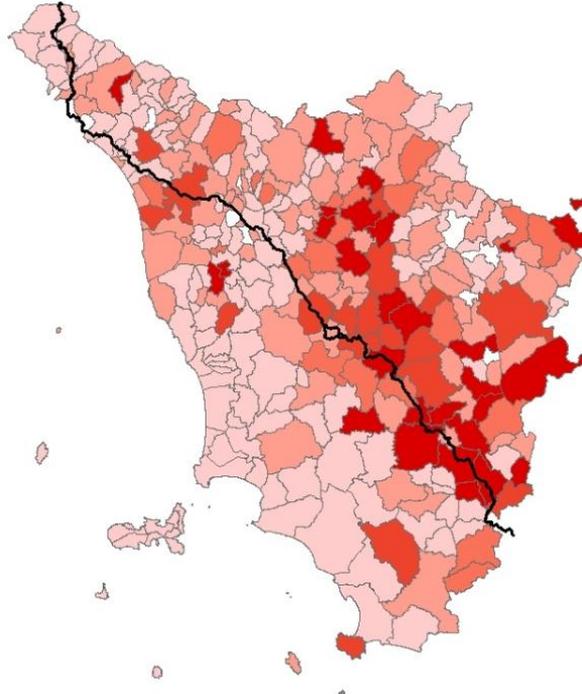
0.000000 - 0.400000
0.400001 - 0.900000
0.900001 - 1.100000
1.100001 - 3.000000
3.000001 - 17.668178

Diversi pattern di consumo turistico

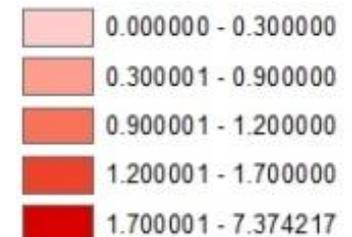
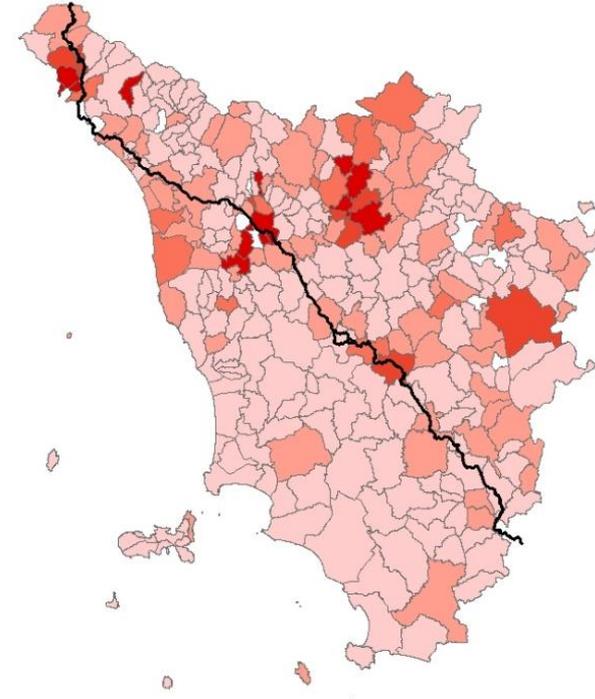
Francesi e belgi



Statunitensi e canadesi



... dall'America Latina



Lavoro e turismo in Toscana: 320.000 persone coinvolte tra 2009 e 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 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.