

## I NUMERI DEL TURISMO

ROMA – focus/ aise - Secondo uno studio di Phocuswright per il turismo europeo si prevede, almeno fino al 2022, una crescita del 12%, con l'Italia protagonista. A riportare i dati è Federturismo – Confindustria. Le entrate turistiche nel corso di quest'anno raggiungeranno i 295 miliardi di euro rispetto ai 286 dello scorso anno, ma il 2019 sarà l'anno del definitivo sorpasso delle vendite online che raggiungeranno il 51% del totale. Un'onda lunga che porterà il turismo continentale alla soglia dei 320 miliardi di euro entro il 2022 con il settore online che vedrà incrementare la sua fetta di mercato fino al 55%. Ma la sorpresa dell'analisi di Phocuswright, evidenziata da Federturismo – Confindustria, riguarda le stime italiane: nel periodo 2018-22, infatti, l'Italia registrerà una crescita totale del +5,5% e un aumento a doppia cifra del settore online (+10,9%). Previsioni più alte delle altre realtà europee: dalla Spagna (+1,5% totale e +4,2% online) alla Francia (+2,9% totale e +4,9% online) fino al Regno Unito (+2,6% generale e +4,4% online). Per Phocuswright, infine, il mercato deve guardare con attenzione a tre grandi fenomeni: le esperienze, le nuove startup e il silenzioso avanzare di Google. Negli ultimi dieci anni nel mondo sono state 1.613 le aziende innovative nel turismo che hanno raccolto oltre 82 miliardi di dollari d'investimenti, e di queste il 30% è basato in Europa (491). Nel 2018 le ricerche "Nella mia area" su Maps sono cresciute del 150%. Con le Ota (Online Travel Agencies - ndr) previste in stagnazione – manterranno il loro 17% del mercato da qui fino al 2022 – operatori, dmc (Destination Management Company - ndr), hotel vedranno crescere le loro vendite online fino al 38% in confronto al 28% registrato nel 2016. Se il mercato mondiale online vale 552 miliardi di dollari, 292 di questi appartengono alla vendita diretta, mentre 133 miliardi sono gestiti dalle Ota. La maggior parte di questa torta, però, è in mano a Booking (55 miliardi), Expedia (40) e Ctrip (14 miliardi). Un triumvirato che lascia solo le briciole (14 miliardi circa) alle altre Ota nel mondo. Tra il 2017 e il 2018, l'Italia ha avuto una crescita del 3,2% delle presenze turistiche. Anche grazie a questo incremento, la spesa turistica è stata complessivamente di 84 miliardi di euro, dei quali il 45,3% si deve al turismo straniero. Tuttavia, l'aumento dei flussi turistici si è concentrato solo su alcune destinazioni e in pochi mesi, al punto che l'Italia, che pure vanta 5 milioni di posti letto, "vende" poco meno della metà dei posti disponibili. Queste alcune delle valutazioni e delle stime presentate da Unioncamere e Isnat, in occasione del convegno "Imprese > Turismo", svolto a Roma alle domande fondamentali per lo sviluppo del turismo". Tra il 2017 e il 2018, considerando i turisti che alloggiano in strutture ricettive e in abitazioni private, l'Italia ha avuto un incremento del 3,2% delle presenze. La componente straniera ha proseguito il percorso di costante crescita iniziato nel 2009, aumentando lo scorso anno del +2,2%. Dopo anni difficili, nel 2018 si è registrata una ripresa anche del turismo nazionale, che, in termini di presenze, è cresciuto del +3,7%. Considerando le sole presenze nelle strutture ricettive, l'Istat mostra che gli stranieri sono aumentati dal 2009 del 35,5% mentre gli italiani sono tornati ai livelli del 2008 (+0,1%). Nel suo complesso, la spesa turistica (diretta e indiretta) è stata pari nel 2018 a 84 miliardi di euro. Il 43% ricade nei servizi di alloggio e ristorazione mentre i restanti 48 miliardi interessano tutti gli altri servizi del territorio. Il 45,3% si deve al turismo straniero. Dal momento che i turisti italiani e stranieri durante la loro vacanza hanno speso 3 miliardi di euro in acquisti di prodotti enogastronomici tipici e oltre un miliardo per prodotti artigianali, se ognuno degli stranieri, rientrando nel proprio Paese, acquistasse un prodotto italiano anche solo una volta al mese si potrebbe registrare una crescita dei fatturati di circa 10 miliardi di euro. Il settore ricettivo, in particolare, lo scorso anno ha visto crescere del 12,4% la spesa turistica internazionale. La crescita dei flussi turistici si è concentrata però in poche destinazioni, e in pochi mesi. L'Istat mostra infatti che le grandi città d'arte da sole concentrano il 19% degli arrivi e il 15% delle presenze, i tre mesi estivi il 39% degli arrivi e il 52% delle presenze totali. Inoltre, secondo Eurostat, l'Italia conta 5 milioni di posti letto. Ma l'occupazione media annua è in realtà del 46%. Nella graduatoria mondiale sugli arrivi internazionali, il primato va alla Francia che nel 2017 ha registrato 86,9 milioni di arrivi, seguita da Spagna (81,8) e Stati Uniti (76,9). L'Italia è quinta, con 58,3 milioni di arrivi, alle spalle della Cina (60,7). Peraltro il nostro Paese, nel 1982, raccoglieva circa l'8% della spesa turistica mondiale (per vacanza, lavoro ed altri motivi) ed era il secondo paese per quota di mercato dopo gli Stati Uniti; Francia e Spagna registravano valori simili a quelli dell'Italia. Con l'avanzare delle nuove destinazioni e dei Paesi emergenti, però, le quote di mercato dell'Europa e dell'Italia hanno registrato una forte contrazione: nel 2017 l'incidenza dell'Italia sulla spesa turistica mondiale si attestava attorno al 3,4%. Come mostrano le rilevazioni del Politecnico di Milano, il web sta diventando sempre di più la porta d'accesso privilegiata dei turisti a tutti i mercati internazionali. In Italia, il 24% degli acquisti di viaggi e vacanze in Italia avviene oggi via Internet, con un aumento annuale dell'8%. Le prenotazioni da mobile rappresentano il 18% delle transazioni digitali, 4 anni fa non superavano la quota del 4%. Solo 10 anni fa un terzo delle imprese si commercializzava sui grandi portali online, oggi è l'82%. Il web, inoltre, influenza le scelte di destinazione della vacanza di 4 turisti su 10, quattro volte di più di 10 anni fa. (focus\ aise)