



COMUNE DELLA SPEZIA

AREA 4

SERVIZIO ECONOMIA E LAVORO

Ufficio Risorse Comunitarie e Programmazione Economica

*Contributo alla I^a Conferenza Strategica Cittadina
Giugno 2000*

INDUSTRIA TURISMO

*Flussi
Tendenze
Prospettive*

Aprile 2000

Massimiliano Curletto

*Ha collaborato:
Chiara Bianchi*

SOMMARIO

INTRODUZIONE.....	3
CAPITOLO 1 – IL SETTORE DEL TURISMO – Flussi e tendenze nel Mondo ed in Europa	4
1.1 Flussi mondiali.....	4
1.2 Previsioni di Flussi.....	7
1.3 Dettaglio flussi e tendenze in Europa	8
1.4 Lo scenario Macroeconomico internazionale	10
1.5 Ricadute positive sul settore turistico	11
CAPITOLO 2 – I TIPI DI TURISMO – principali tendenze e sviluppi.....	12
2.1 Turismo culturale	12
2.2 Turismo congressuale	13
2.3 Turismo crocieristico	14
2.4 Turismo alternativo.....	17
2.5 Turismo e New Economy	18
CAPITOLO 3 – IL TURISMO IN ITALIA.....	20
3.1 Incremento frenato nel 1999	20
3.2 L’offerta turistica italiana.....	21
3.3 Occupazione e competenze.....	27
3.4 Tendenze del turismo nazionale.....	28
3.5 Flussi del turismo nazionale.....	32
3.6 Quadro normativo	36
CAPITOLO 4 – IL TURISMO NELLA REGIONE LIGURIA.....	41
4.1 L’offerta turistica della Regione	41
4.1.1 L’offerta nelle realtà provinciali	42
4.1.2 Iniziative di promozione e sostegno del prodotto turistico ligure.....	43
4.2 Flussi e tendenze regionali.....	46
4.2.1 Trend 1999 – 2000	60
4.3 Quadro normativo	61
CAPITOLO 5 – IL TURISMO NELLA PROVINCIA DELLA SPEZIA.....	67
5.1 Il quadro provinciale	67
5.2 Flussi e tendenze sul territorio provinciale	74
CONCLUSIONI.....	88
NOTA BIBLIOGRAFICA.....	96

INTRODUZIONE

Oggetto del presente rapporto sarà la illustrazione ed analisi del settore **Turismo** nelle sue tendenze, nelle *figure professionali* utilizzate, nelle *tecnologie impiegate*.

Il trend positivo che ha interessato il settore negli ultimi anni impone infatti una sua analisi, al fine di meglio definire quali possano essere le effettive ricadute sui tessuti economici delle singole realtà, sia in termini di valorizzazione delle risorse ambientali e culturali, che di incremento degli affari e quindi occupazionale.

Il documento è costituito da cinque capitoli ed altrettanti livelli di analisi:

1. il primo di carattere generale, riguarda la descrizione delle tendenze del settore Turismo, lo sviluppo di alcune tipologie al suo interno, l'andamento dei flussi mondiali ed Europei;
2. il secondo pone l'accento su alcune tipologie di turismo che presentino prospettive di maggior dinamismo futuro, con particolare riferimento già al panorama nazionale
3. il terzo ha come oggetto il mercato turistico nazionale, i problemi di visibilità all'estero, l'occupazione nel settore e le competenze richieste
4. il quarto fornisce un quadro di insieme della situazione di settore sia della Regione Liguria nel suo complessivo che delle singole realtà territoriali provinciali, in particolare delle Province di Imperia, Savona e Genova.
5. il quinto ed ultimo capitolo riguarda la descrizione del quadro provinciale sia per offerta che per flussi turistici, cercando di analizzare le tendenze associate alle diverse tipologie di turisti, sia per provenienza che domanda associata.

L'approccio di analisi non è tanto volto a descrivere in maniera puntuale l'offerta turistica di ogni zona, sia per dotazioni paesaggistiche che politiche di coordinamento e dotazioni strutturali ricettive, bensì indicare percorsi di tendenza e sviluppo di tipologie di turismo, mediante i quali rilevare possibili itinerari di valorizzazione e ottimizzazione delle risorse turistiche della nostra Provincia.

Le considerazioni conclusive, focalizzate sulla realtà provinciale spezzina, dovranno quindi cercare di delineare un quadro organico di valorizzazione e implementazione turistica del capoluogo come baricentro di un sistema turistico locale.

CAPITOLO 1 – IL SETTORE DEL TURISMO – Flussi e tendenze nel Mondo ed in Europa

A cura di: *Massimiliano Curletto*

1.1 Flussi mondiali

L'incremento dei flussi turistici mondiali è continuato anche per l'anno 1999.

Tale andamento crescente si manifesta ormai da almeno 5 anni con un incremento medio annuo del 3,75% ed un incremento complessivo quinquennale del 15%.

Tabella 1

Arrivi turistici per Regione (Dati in migliaia)									
						Variazioni annuali %			
	1995	1996	1997	1998	1999	95/96	96/97	97/98	98/99
Africa	20,327	21,930	23,419	25,023	27,263	7.9	6.8	6.8	9.0
Americhe	110,689	116,700	118,334	122,027	126,709	5.4	1.4	3.1	3.8
Asia dell'Est	81,355	89,037	88,254	87,183	93,679	9.4	-0.9	-1.2	7.5
Europa	338,454	353,700	370,616	381,939	385,910	4.5	4.8	3.1	1.0
Medio Oriente	12,356	13,234	14,261	15,314	17,992	7.1	7.8	7.4	17.5
Asia del Sud	4,200	4,434	4,834	5,190	5,380	5.6	9.0	7.4	3.7
Totale	567,381	599,035	619,718	636,676	656,933	5.6	3.5	2.7	3.2

Fonte WTO

Parimenti in continua crescita il flusso dei dati relativo alle entrate monetarie.

Il confronto 1998/1999 indica un sostanziale incremento diffuso delle entrate valutarie da parte delle dieci mete oggetto di maggiori arrivi nel biennio di riferimento.

Tabella 2

Le prime dieci mete e relative entrate monetarie					
Classifica	Paese	Arrivi turistici internazionali (1999)	Entrate in mln di \$ USA (1999)	Var% 99/98 Arrivi	Var% 99/98 entrate
1	Francia	71.400.000	24.657 (9)	2,0	6,3
2	Spagna	51.958.000	25.179 (9)	8,8	9,5
3	USA	46.983.000	73.000	1,3	2,5
4	Italia	35.839.000	31.000	2,9	4,0
5	Cina	27.047.000	14.099	7,9	11,9
6	Regno Unito	25.740.000	20.972	0,0	0,0
7	Messico	20.216.000	7.850	2,0	-0,6
8	Canada	19.556.000	10.282	3,8	9,5
9	Polonia	17.940.000	/	-4,5	/
10	Austria	17.630.000	11.259	1,6	0,7
-	Germania	/	9.570 (7)	/	-0,2

Fonte WTO. I dati devono intendersi riferiti ad anno ad eccezione delle voci di tabella in cui, fra parentesi, è indicato il numero di mesi di riferimento.

Come si rileva dalla **tabella 2**, il trend positivo degli arrivi rispecchia solo in parte la classifica dei dieci paesi con maggior ammontare di guadagni.

Sono casi esemplificativi la **Polonia**, che pur essendo la 9^a meta per numero di turisti internazionali segna sia un decremento dei flussi nel biennio, sia non rientra tra i primi dieci paesi con maggiori entrate. Mentre il decremento di arrivi è dovuto alle vicende del Kosovo, che hanno implicato negative ripercussioni sull'intera Europa orientale e meridionale, in particolare quella affacciata sul Mar Adriatico, compresa l'Italia, il suo non comparire tra i Paesi con maggiori entrate dipende in particolare dalla debolezza della moneta rispetto al dollaro americano, assunto come moneta di riferimento.

Eguali considerazioni, nel senso tuttavia di rilevare la sua maggiore forza monetaria, malgrado i minori arrivi, devono essere fatte nei confronti della **Germania**.

Buono in generale l'incremento sia di arrivi che di entrate, per quanto riguarda l'Europa nel suo complesso, in particolare per l'Europa meridionale, dati positivi comunque mitigati, nei loro incrementi, dai negativi effetti delle citate vicende del Kosovo.

In particolare è possibile descrivere l'andamento dei flussi per macro-aree territoriali¹ nel biennio 1998/1999:

Africa – mostra un incremento del 9% degli arrivi. I Paesi con la migliore performance sono il Marocco (+22%), lo Zimbabwe (+17%), lo Zambia (+26%), mentre continua un costante incremento anche per aree, già consolidate mete turistiche, quali la Tunisia (+3%) ed il sud Africa (+3,2%).

Americhe – l'America del Nord e quella Centrale hanno conosciuto un incremento piuttosto modesto, se paragonato ai risultati del Sud America. Infatti mentre USA, Messico e Canada si sono attestati attorno ad una variazione percentuale positiva oscillante tra l'1,3% ed il 3,8%, il Sud America ha fatto molto meglio con il +23% dell'Argentina, il +29% del Guatemala, il +26% di El Salvador.

I risultati delle Isole Caraibiche sono alterni con i vincitori Cuba (+16%), Repubblica Dominicana (+12,6%) ed il perdente Porto Rico (-10,4%).

¹ “Asia/Pacific comes back to drive World Tourism “- *World Trade Tourism Organization*

Estremo Oriente – dopo due anni di calo il 1999 ha visto un nuovo forte incremento dei flussi di turisti, quantificabile in un incremento di circa 5 milioni di arrivi rispetto al 1996.

La crescita ha interessato in particolare Singapore (+11%), il Giappone (+9,6%), La Corea del Sud (+9,6%), La Malesia (+8%), La Cina (+7,9%), Hong Kong (+9%) e la Thailandia (+5,6%). I cali relativi agli anni precedenti erano esclusivamente dovuti alle contrazioni dei flussi dei **vacanzieri interni**, compensati dagli acquisiti di pacchetti turistici, a prezzi scontati in considerazione della depressione economica, da parte di turisti esteri.

Europa – la crescita dei flussi turistici in Europa, che nel suo complesso risulta essere per il 1999, pari all'1%, deve differenziarsi, tuttavia, a seconda delle sue zone; l'Europa meridionale ha infatti conosciuto una buona annata, in particolare la Spagna (+8,8%), la Grecia (+5%) ed il Portogallo, il cui attuale +3% deve sommarsi al +11% del 1998, mentre l'Italia si attesta ad un incremento del 2,9%.

L'instabilità del tradizionale mercato russo e le vicende del Kosovo hanno negativamente influenzato i flussi di consolidate mete dell'Europa dell'Est quali Ungheria (-13,8%), Polonia (-4,5%), Repubblica Ceca (-1,8%).

Tuttavia si deve rilevare la scoperta di nuove mete quali Estonia (+10,3%), Georgia (+10,4%), Lettonia (+5,8%).

Medio Oriente – il suo incremento per il 1999 è stato del 17,5%. Tale area costituisce una delle più piccole regioni di riferimento, con 18 milioni di turisti nell'anno citato, ma comunque oggetto di forti incrementi (Egitto +40%, Siria +10%).

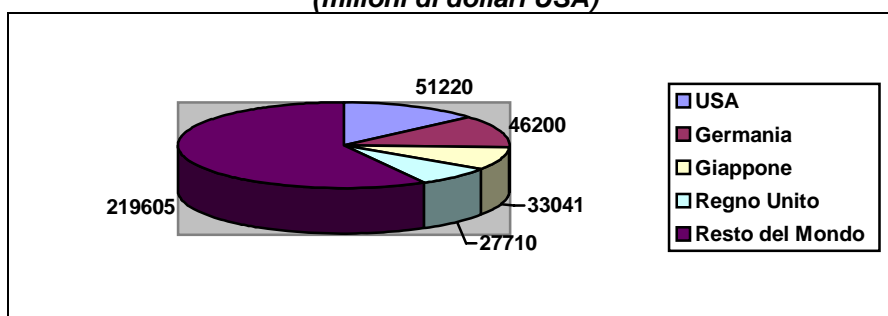
Asia del Sud – la regione ha conosciuto un modesto incremento complessivo del 3,7%, tuttavia caratterizzato dalle impennate di flussi che hanno interessato lo Sri Lanka (+16%) e le Maldive (+10%).

I dati sopra esposti pongono in evidenza un fenomeno molto importante quale il flusso crescente di turisti dai paesi sviluppati ai paesi in via di sviluppo.

Tale fenomeno si spiega, almeno in parte, come diretta conseguenza della utilizzazione di strumenti quali internet anche nell'industria del turismo.

Questo in stretta connessione al fatto che i quattro paesi che maggiormente spendono in turismo sono USA, Germania, Giappone e Regno Unito (41% della spesa nel 1997), che costituiscono anche i maggiori bacini di utilizzatori di INTERNET.

**Spesa per il Turismo
Anno 1997
(milioni di dollari USA)**

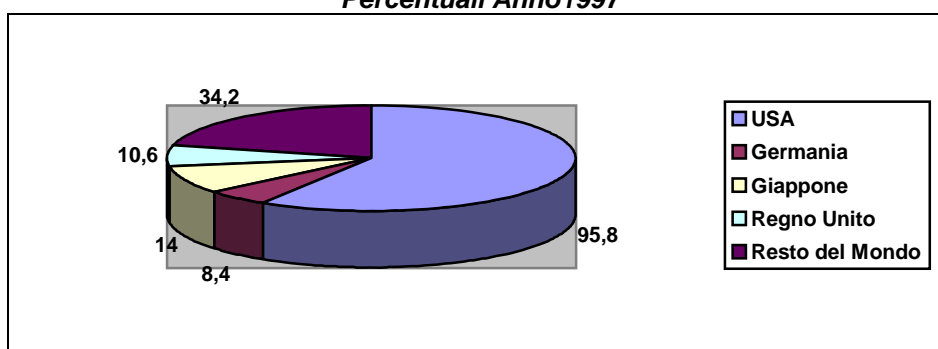


Fonte: elaborazione WTO su dati NOP Research Group, Gfk, NeilsenNetRatings, Nikkei

INTERNET costituisce infatti il mezzo con più alta efficacia di trasmissione di dati ed informazioni, incluse le informazioni turistiche, anzi il “prodotto turistico”, risulta essere tra i più spendibili via INTERNET, proprio perché la sua sostanziale indefinibilità gioca a favore di uno strumento in grado di fornire flussi continui di dati in tempo reale.

INTERNET permette quindi, da parte di coloro che maggiormente lo utilizzano, e che anche di più spendono nel settore del turismo, di venire a conoscenza in tempo reale, di nuove mete turistiche, itinerari alternativi, e nuovi scenari da visitare, in paesi dove alto è il loro potere di acquisto.

**Utilizzatori di INTERNET
Percentuali Anno 1997**



Fonte: elaborazione WTO su dati NOP Research Group, Gfk, NeilsenNetRatings, Nikkei

1.2 Previsioni di Flussi

L'industria del Turismo continuerà a mostrare un trend positivo almeno fino al 2020, secondo quelle che sono le previsioni del WTO (**Tab. 3**).

Tabella 3

Previsione di arrivi turistici per Regione (Dati in milioni)			
	2000	2010	2020
Europa	386	526	717
Estremo Oriente	105	231	438
Americhe	131	195	284
Africa	26	46	75
Medio Oriente	19	37	69
Asia del Sud	6	11	19
Totali	673	1046	1602

Fonte WTO

In particolare per quanto ci riguarda, si deve notare come le previsioni relative all'Europa segnino un incremento percentuale rispetto al 2000, del 36% al 2010, e dell'85% rispetto al 2020. Ovviamente una tale previsione non può prescindere da valutazioni circa le diverse tipologie di turismo che andranno a svilupparsi e quindi le diverse necessità della domanda, cui parametrare l'offerta.

1.3 Dettaglio flussi e tendenze in Europa

Come sopra accennato i flussi turistici europei hanno conosciuto un buon incremento anche per il 1999, dovendosi tuttavia differenziare diversi trend per aree specifiche, influenzate da eventi esogeni che ne hanno inficiato i risultati positivi.

Tabella 4

(Fonte WTO)

	Arrivi turistici per Nazione (dati in migliaia)					Variazioni annuali (%)			
	1995	1996	1997	1998	1999	96/95	97/96	98/97	99/98
Europa	338,454	353,700	370,616	381,939	385,910	4,0	7,9	4,0	2,0
<i>Principali mete europee</i>									
Francia	60.033	62.406	67.310	70.000	71.400	4,0	7,9	4,0	2,0
Spagna	38.803	40.541	43.252	47.749	51.958	4,5	6,7	10,4	8,8
Italia	31.052	32.853	34.087	34.829	35.839	5,8	3,8	2,2	2,9
Regno Unito	23.537	25.163	25.515	25.745	25.740	6,9	1,4	0,9	0,0
Polonia	19.215	19.410	19.520	18.780	17.940	1,0	0,6	-3,8	-4,5
Austria	17.173	17.090	16.647	17.352	17.630	-0,5	-2,6	4,2	1,6
Germania	14.847	15.205	15.837	16.511	17.093	2,4	4,2	4,3	3,5
Rep. Ceca	16.500	17.000	16.830	16.325	16.031	3,0	-1,0	-3,0	-1,8
Federazione Russa	9.262	14.587	15.350	15.805	16.421	57,5	5,2	3,0	3,9
Ungheria	20.690	20.674	17.248	15.000	12.930	-0,1	-16,6	-13,0	-13,8
Portogallo	9.511	9.730	10.172	11.295	11.600	2,3	4,5	11,0	2,7
Grecia	10.130	9.233	10.070	10.916	11.462	-8,9	9,1	8,4	5,0
Svizzera	11.500	10.600	10.600	10.900	10.800	-7,8	0,0	2,8	-0,9
Olanda	6.574	6.580	7.834	9.320	9.817	0,1	19,1	19,0	5,3
Turchia	7.083	7.966	9.040	8.960	6.800	12,5	13,5	-0,9	-24,1
Ucraina	3.716	3.854	7.658	6.208	-	3,7	98,7	-18,9	-
Belgio	5.560	5.829	6.037	6.179	4.717	4,8	3,6	2,4	-2,5
Irlanda	4.821	5.282	5.587	6.064	6.511	9,6	5,8	8,5	7,4
Croazia	1.324	2.649	3.834	4.112	3.400	100,1	44,7	7,3	-17,3

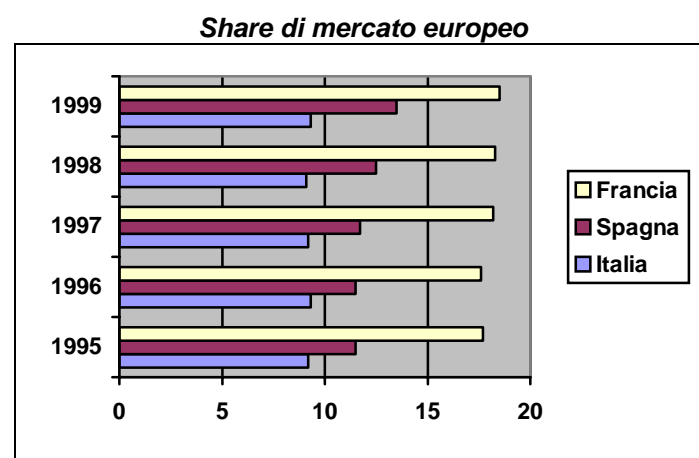
I trend riportati nella tabella 4 rispecchiano quanto detto al paragrafo 1.2.

Fattori esogeni hanno infatti condizionato lo sviluppo naturale dei dati nei paesi di parte dell'Europa Orientale e Meridionale, nonché favorito la scoperta di mete alternative (Fed. Russa).

Per quanto riguarda l'Europa meridionale ottimi spunti sono stati toccati dalla Spagna, con un incremento di arrivi turistici, rispetto al 1998, dell'8,8% in termini percentuali.

L'incremento dell'Italia è stato del 2,9%, inferiore quindi rispetto a quello di un altro paese con tipologie di offerta turistica in gran parte simile.

Tale gap di incremento, oltre che alla maggior vicinanza alle zone teatro di eventi perturbatori (Kosovo), deve anche ascriversi ad una inferiore capacità promozionale del sistema paese come risorsa turistica; come meglio sarà affrontato in seguito, nel capitolo dedicato al panorama nazionale, studi recenti hanno posto l'esigenza di superare rendite di posizione ormai inefficaci, spingendo per una crescita degli strumenti innovativi applicati, delle competenze specifiche da implementare e quindi delle attività di marketing territoriale, al fine di creare pacchetti turistici integrati in grado di attrarre in una stessa località diverse tipologie di turisti.



Elaborazione grafica su dati WTO

Lo share di mercato indica come terza meta preferita d'Europa, l'Italia con una percentuale nel 1999 del 9,3; l'incremento rispetto al 1998 non le ha tuttavia impedito di perdere il primo posto, a favore della Spagna, tra le località turistiche preferite dai turisti tedeschi.

Per il 2000, al fine di recuperare tale posizione sono già in essere alcuni progetti di promozione volti anche a sviluppare particolare tipologie di turismo, quali quello dei disabili.

1.4 Lo scenario Macroeconomico internazionale

I paesi OCSE hanno conosciuto nel corso del secondo semestre del 1999 un sostanziale incremento delle condizioni economiche.

Per il complesso dei suddetti paesi si stima² per il biennio 1999-2000 un tasso di crescita del PIL pari al +3%, mentre per il 2001 è previsto un incremento attorno al 2,5%.

Tali previsioni sono sostanzialmente dovute ai seguenti fattori:

- Notevole crescita dell'economia statunitense
- La ripresa della Corea e, anche se moderata, del Giappone
- Generale miglioramento dello scenario economico nell'Unione Europea.

Il tasso di disoccupazione si prevede in diminuzione per tutti i paesi industrializzati; solo nella Unione Europea si prevede un aumento di posti di lavoro quantificabile in 2,5 milioni tra il 1998 ed il 2001.

Anche al di fuori dell'OCSE si sta rilevando una certa ripresa, i Paesi asiatici colpiti dalla crisi degli anni scorsi hanno risposto con una crescita superiore alle previsioni.

Ciò nonostante vi sono alcuni elementi di pericolo rappresentati da:

- La lenta ripresa del Giappone, dove il forte apprezzamento dello yen potrebbe frenare la ripresa economica e portare effetti negativi anche agli altri paesi dell'Asia
- La precaria situazione dell'America Latina, la cui ripresa è condizionata dai tassi di interesse praticati dai Paesi creditori.

In ogni caso il miglioramento delle condizioni economiche dovrebbe portare ad un fenomeno inflativo comunque moderato dalle dinamiche dei prezzi negative in Asia ed alle politiche restrittive dei Paesi ex Unione Sovietica.

Nel corso del 1999 si sono rilevati tassi di inflazione pari al 2,2% in USA e al 1,1% in Europa; per il 2000 dovrebbero assestarsi rispettivamente attorno al 2,7% ed al 1,5%.

I cambi dovrebbero vedere anche per il 2000, almeno nei primi mesi, un dollaro molto forte e una moneta unica europea ancora in difficoltà, anche se questo non desta preoccupazione viste le previsioni di ripresa economica.

² i dati riportati nel presente paragrafo sono tratti da "Rapporto previsionale TRIP 2000", a cura di Ciset

1.5 Ricadute positive sul settore turistico

Le suddette buone prospettive economiche per il 2000 si traducono in un deciso incremento anche di flussi turistici, in termini di partenze per l'estero, elemento infatti condizionato da molteplici fattori economici, quali il livello di inflazione, PIL, rapporto costi interni ed esteri, volto quindi ad aumentare in base al favorevole manifestarsi di tali elementi.

Anche il nostro Paese ne trarrà benefici con una previsione³ di + 3,4%, rispetto al 1999.

³ i dati riportati nel presente paragrafo sono tratti da "Rapporto previsionale TRIP 2000", a cura di Ciset

CAPITOLO 2 – I TIPI DI TURISMO – principali tendenze e sviluppi

A cura di: Massimiliano Curletto

2.1 Turismo culturale

Il turismo culturale, il quale merita comunque un paragrafo ad esso dedicato, malgrado costituisca uno dei settori maturi, in considerazione delle grandi potenzialità del nostro Paese, è sostanzialmente suddivisibile in tre filoni principali:

1. turismo culturale classico (monumenti e musei per lo più di grandi città e capitali)
2. turismo culturale minore (in relazione a specifiche manifestazioni, letterarie, pittoriche, cinematografiche, ecc)
3. turismo culturale dei centri minori e tipici (prevalenza anche di peculiarità locali assunte a tradizione).

In ogni sua manifestazione il trend è comunque positivo e, per quanto riguarda la nostra Nazione, analisi outgoing effettuate nei Paesi esteri con maggiore vocazione al Turismo culturale (USA-Germania-Giappone), hanno evidenziato un sostanziale giudizio positivo sulla qualità dell'offerta, sia per quanto riguarda i beni artistici e culturali, sia relativamente all'ambiente (in senso sia naturale che antropico).

In effetti negli ultimi anni molti sono stati gli interventi nazionali e locali al fine di meglio qualificare l'offerta, nell'ottica comunque di per sé crescente, prevedendo orari di apertura più lunghi per musei e monumenti, stanziando maggiori somme per opere di restauro, promuovendo manifestazioni culturali tematiche (anche in piccoli centri a connotazione storica ed artistica), favorendo la formazione di personale qualificato.

Il tutto si inserisce in un panorama generale, e quindi interessante l'intero comparto, di miglioramento qualitativo dell'offerta turistica, attenta alle esigenze della domanda.

Si deve in tale senso parlare anche del necessario raggiungimento ed attuazione di *Sistemi Regionali e Locali di offerta Turistica*, in considerazione del progressivo decentramento in atto anche per quanto riguarda il Turismo, nel perseguire il concetto di qualità globale, come insieme delle condizioni che rendono competitivo ed appetibile un prodotto turistico, sia esso un prodotto specifico o un prodotto-territorio⁴.

⁴ cfr. in tal senso VIII rapporto annuale del Turismo italiano MICA- Emilio Becheri

Per quanto riguarda la Comunità Europea è importante rilevare il suo forte interessamento per la componente culturale dei paesi appartenenti all'Unione Europea, soprattutto per le finalità di conservazione e salvaguardia dei patrimoni e di scambio culturale tra Paesi.

Da ultimo si ricorda il Programma Cultura 2000, che nel periodo compreso tra il 1° gennaio 2000 ed il 31 dicembre 2004, vedrà destinate risorse comunitarie per 167 milioni di Euro per il finanziamento di azioni volte a consolidare e valorizzare il patrimonio dei siti culturali, nonché a coltivare e scoprire nuove espressioni artistiche, favorendo la conoscenza della cultura europea; beneficiari dei finanziamenti potranno essere sia promotori privati che pubblici, appartenenti a diversi Stati europei.

A livello europeo si cerca quindi di creare un "sistema cultura", come risorsa comune e differenziata nelle sue diverse tipologie e manifestazioni, e non solo come patrimonio, ossia come valorizzazione di monumenti e opere del passato, ma anche come risorsa in divenire e capace di svilupparsi ed ampliarsi nelle sue manifestazioni.

2.2 Turismo congressuale

Il turismo congressuale è stato, almeno in Italia, sempre poco valorizzato, pur rappresentando una considerevole fetta della nazionale bilancia turistica (12mila miliardi di Lire, per il 25%-30% della bilancia turistica nel 1999).

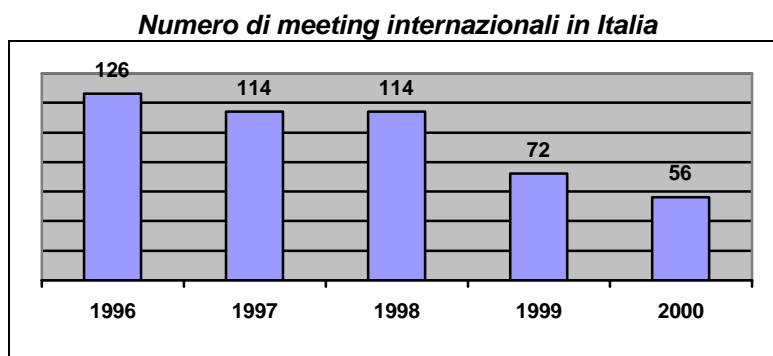
In effetti il panorama internazionale offre maggiori attenzioni a tale tipo di turismo, con la realizzazione di attrezzature e strutture specifiche. È da considerare inoltre che un tale tipo di turismo risente ancora di più di quelle che sono le carenze infrastrutturali (strade, aeroporti, organizzazione dei trasporti ed intermodalità) che, nel nostro paese, sono particolarmente evidenti al Sud; tale componente negativa compensa abbondantemente l'appealing del nostro Paese per gli organizzatori di eventi e congressi, grazie ai suoi contesti artistici e culturali, ottimale copertura per i momenti extra-convegni.

L'offerta internazionale è continuamente soggetta ad aggiornamenti, spinta dai grandi gruppi che operano in tale settore. A Parigi è stata da poco inaugurata una specifica struttura alberghiera, dotata di un anfiteatro con 250 posti, quindici sale per complessivi 2.500 metri di area di convegno.

Nel vicino Principato di Monaco, dove il turismo d'affari assume ormai il 35%-40% del business turistico, sarà inaugurato a giugno il centro polifunzionale Grimaldi, polo congressuale di notevoli dimensioni.

Anche in Italia d'altronde buona parte dell'offerta è gestita da soggetti stranieri; ne è un esempio SIFALBERGHI, con partecipazioni francesi, che conta 145 sale riunioni per una accoglienza di circa 7mila persone, o CARLSON WAGONLIT, impresa interamente dedicata ai viaggi d'affari, con sette business travel center in Italia.

La previsione per il 2000, nel panorama nazionale è inoltre inficiata, nei suoi risultati positivi, dall'effetto Giubileo, che comporterà non solo una diminuzione della domanda internazionale, ma anche una fuoriuscita di quella nazionale.



Fonte: elaborazione Il Sole 24 Ore

Nel panorama nazionale quindi diventa indispensabile procedere verso un rinnovamento e ammodernamento della struttura dell'offerta, i cui ingenti investimenti non possono che implicare un intervento pubblico sia per risorse che programmazione, ma anche verso una utilizzazione differenziata delle strutture già esistenti⁵, quali ad esempio gli spazi riservati ad eventi culturali e non per il settore business.

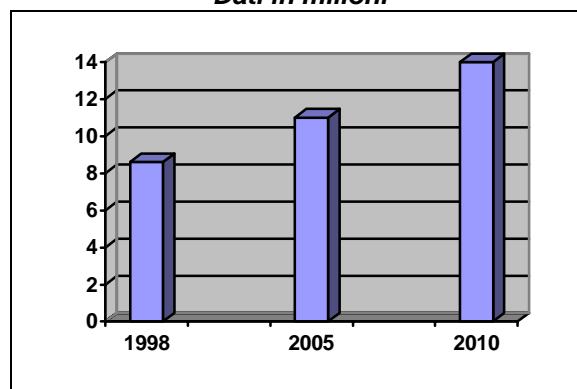
2.3 Turismo crocieristico

Il turismo da crociere a livello mondiale ha visto un incremento negli ultimi vent'anni dell'800%.

Nel 1998, secondo dati riportati dal Sole 24 ORE, ci sono stati circa 8milioni e 600mila crocieristi nei mari di tutto il mondo . Il dato si prevede in aumento anche per i prossimi dieci anni con 11 milioni nel 2005 e 14 milioni nel 2010

⁵ cfr in tal senso il Sole 24 Ore del 21/2/00 "per i congressi fatturato in caduta", pagina VI inserto monografico.

Sviluppo della domanda crocieristica mondiale
Dati in milioni



Fonte: elaborazione grafica su dati Il Sole 24 Ore

La tendenza da rilevare è quella di un progressivo allargamento della domanda, dovuta all'attenzione di molti dei cruise operator in relazione alla scelta di operare in più aree, con pacchetti completi "fly and cruise", per il collegamento fra la città di provenienza e il porto di imbarco, soprattutto a fronte dell'innalzamento del reddito pro-capite di Paesi-mercato.

Gli Usa rimangono ancora il Paese leader con 5,6 milioni di crocieristi nordamericani, ma una crescente importanza, negli ultimi anni, sta registrando l'area mediterranea, grazie anche al miglioramento delle strutture portuali e ai progressi compiuti dagli operatori; i crocieristi sembrano aver decisamente cominciato ad apprezzare mete che possano assicurare soddisfazione anche dal punto di vista culturale, al di là del classico connubio divertimento-relax offerto dalle destinazioni caraibiche.

Ormai molti sono gli operatori che fanno muovere navi sulle rotte tra l'Africa e l'Europa nella stagione primavera ed estate per poi reimpiegarle nei Caraibi o alle Bahamas.

Per dare un'idea nel 1999, secondo dati forniti dal Sole 24 Ore, 56 operatori hanno assegnato 118 navi nel Mediterraneo di cui 90 in via esclusiva; l'anno precedente le navi erano 55, di cui 36 solo come completamento di un proprio calendario più variegato e complesso.

In **Italia** molti sono stati gli sforzi volti a migliorare le strutture per le attività crocieristiche, tuttavia il gap da colmare in questo senso è ancora ampio, visto che le principali compagnie lamentano standard di servizio piuttosto bassi e un non sempre adeguato rapporto qualità-prezzo; tuttavia unendo i miglioramenti al fascino innegabile delle mete si può trovare comunque una spiegazione del continuo avvicinarsi di un numero sempre crescente di cruise operator.

Una recente stima del Touring Club Italiano ha quantificato per il 1999, 375mila passeggeri per il porto di Genova (+32,1% sul 1998), mentre Venezia e Napoli si sono assestate rispettivamente in 360mila (+25,2%) e 325mila (+8,1%).

Interessante la constatazione, evidenziata anche da TCI, di un incremento complessivo dei passeggeri a fronte di una riduzione del numero di navi in transito, a maggior riprova della prevalenza ormai di navi di grandi dimensioni, le cui stazze, almeno da quanto risulta dai nuovi ordini da parte delle compagnie crocieristiche ai cantieri che al momento detengono da soli almeno il 60% delle nuove commesse fino al 2005, Fincantieri e Chantier de l'Atlantique, cresceranno ancora, superando le 100mila tonnellate.

Le stime per il 2000, secondo una indagine dell'agenzia CEMAR di Genova, prevedono ancora una crescita dei passeggeri, per imbarchi, sbarchi e transiti, tuttavia non in maniera così sostenuta come nel 1999; tutto questo sia in conseguenza dell'effetto Giubileo, che se da un lato è sicuramente foriero di nuovi arrivi, dall'altro ha un effetto frenante per quanto riguarda i timori di caos ad esso collegato, disincentivando le prenotazioni (la chiusura del centro di Roma a pullman turistici avrebbe poi ulteriori effetti negativi sui porti quale quello di Civitavecchia), sia per il forte aumento delle tariffe di scalo, senza rispondere con adeguati servizi.

Tabella 1

Stagione 2000				
Previsioni del traffico crocieristico nei porti italiani				
Porti	Passeggeri	Navi	Passeggeri 00/99	Navi 00/99
	Previsione	Previsione		
Totali complessivi	2.469.912	2.821	1,86	0,25
Civitavecchia	398.070	485	25,72	27,63
Napoli	386.450	412	-17,31	-4,63
Genova	346.320	233	-40,52	-42,33
Livorno	229.880	292	-12,27	-5,19
Palermo	148.780	121	15,16	3,42
Messina	113.510	117	1,71	6,36
Savona	86.970	74	0,66	37,04
Bari	77.300	89	-	-
Portovenere	8.380	35	3,60	0,00
Portofino	28.730	110	-18,71	-21,43
Capri	18.810	32	-33,16	-45,76

Fonte CEMAR

Dall'analisi dei dati previsionali è possibile evidenziare i dati negativi di porti quali quello di Genova (-40%), Livorno (-15%), Napoli (-17,31%), che per primi sono stati scenario di sviluppo nazionale del settore e che per primi sentono quindi gli effetti delle carenze strutturali e dello sfavorevole rapporto qualità prezzo.

Inoltre da notare il dato negativo per rade tradizionalmente famose, quali Portofino (-18,71%) e Capri (-33,16%), dovuto sia al disinteresse delle amministrazioni locali, sia a politiche di marketing specifiche effettuate dai porti maggiori.

2.4 Turismo alternativo

Una grande vitalità è rappresentata dai turismi cosiddetti alternativi, costituiti da tanti segmenti in forte crescita, dall'agriturismo al turismo sportivo (rafting, trekking, parapendio, ecc) ed a quello ambientale (ad es. birdwatching).

Riguardo all'agriturismo, per quanto riguarda l'ambito nazionale, si deve registrare, secondo una stima Agriturist (Confagricoltura), contenuta nella "Guida dell'ospitalità rurale", un trend positivo anche per il 1999, con la previsione di un buon andamento per il 2000; l'incremento previsionale tra 1999 e 2000 è quantificabile nel 6%, passando da 1,5 a 1,78 milioni di presenze, con un valore d'affari che raggiungerà i 950 miliardi di Lire, contro gli 800 del 1999.

Il forte incremento del 1999, e quello previsionale del 2000, è e sarà dovuto al corrispondente incremento di domanda da parte degli stranieri e di week-end.

La segmentazione del settore alternativo andrà sempre più particolareggiandosi, in modo da favorire sia uno sfruttamento più intenso di quelle che sono le risorse del territorio, sia per un periodo più lungo, destagionalizzando la domanda turistica, o meglio, allineando diverse tipologie di domanda nell'arco temporale dell'anno.

Zone che prima non entravano negli itinerari più battuti turisticamente ora possono accedervi mediante la valorizzazione di tali risorse, con positivi influssi anche per le componenti paesaggistiche, culturali, artistiche, e, viceversa, zone già frequentate per altre componenti di attrattiva possono aumentare gli afflussi turistici valorizzando anche le componenti gastronomiche e le tradizioni locali, tarando la propria offerta turistica su target specifici di turisti consumatori⁶.

⁶ Cfr. in tal senso Il Sole 24 Ore del 21/2/00, pag VI, inserto monografico

Si tratta in sostanza di interpretare la tendenza attuale e futura di valorizzazione da un lato delle risorse locali, e dall'altro di diffuso desiderio di concepire l'esperienza turistica come momento autentico di vita, attiva ed alternativa.

Tabella 2

Come cambia il modo di fare turismo						
	Turismi alternativi	Modello di riferimento	Stagionalità	Ricettività	Problemi	Tendenze
Anni novanta	<ul style="list-style-type: none"> Turismo sportivo e ambientale 	USA Germania Umbria	Periodo estivo	differenziata	<ul style="list-style-type: none"> Mercati di nicchia Compatibilità con altri turismi Mancanza di rete 	Forte sviluppo non percepito
Anni duemila	<ul style="list-style-type: none"> Sempre maggiore segmentazione 	Località alpine e Umbria	Diffusa nell'anno	Differenziata e alloggi rurali	<ul style="list-style-type: none"> Passaggio da singoli prodotti a rete di prodotti 	Forte sviluppo percepito e connessione con parchi naturali

Fonte: VIII rapporto annuale sul turismo italiano - Emilio Becheri - MICA

2.5 Turismo e New Economy

Anche il settore del Turismo non può non essere toccato dalle nuove tendenze dell'economia e l'utilizzo di strumenti innovativi.

In questa prospettiva si deve in realtà evidenziare la crescita esponenziale delle vendite⁷ dei "prodotti turismo" via Internet; la prenotazione e vendita di viaggi ha raggiunto nel 1999 la somma di 7.300 milioni di dollari, seconda sola alla vendita di prodotti software e hardware.

Ma la vendita di viaggi non è che il primo passo verso una gestione integrale ed un perfetto incrocio tra domanda ed offerta.

Dal lato dell'offerta, come mette in risalto un'analisi effettuata dalla Gartner Group, l'obiettivo è quello di raggiungere una perfetta integrazione tra fornitori, al fine di definire le migliori condizioni di un pacchetto turistico, mentre la domanda dovrà essere supportata da una totale flessibilità nelle possibilità di scelta e soprattutto da una capacità attiva ed orientativa delle informazioni in rete.

Per quanto riguarda l'offerta quindi è ovvio che sia compagnie aeree che tour operator devono, nel breve periodo, dotarsi di una visibilità operativa on-line, pena l'esclusione dal mercato e l'acquisizione da parte di soggetti in tal senso più dinamici.

⁷ Fonte: Shop.org/The Boston Consulting Group

Tutto questo nella tendenza presente e futura, anche nel settore del Turismo, della progressiva concentrazione degli interlocutori d'affari.

È ovvio che i prossimi anni, ma già anche i prossimi mesi, vedranno una profonda ristrutturazione dei soggetti dedicati funzionalmente al turismo; le due conseguenze principali saranno da un lato, come sopra accennato, la progressiva concentrazione di tali soggetti, con la scomparsa dei più piccoli e di coloro che non hanno sposato in tempo l'utilizzo delle nuove tecnologie, dall'altro la ridefinizione anche di specifici ruoli; le tradizionali agenzie di viaggio si prevede che saranno ben presto soppiantate non solo dai tour operator, che tenderanno sempre più ad ingerirsi direttamente nella gestione dei mercati locali, ma anche e soprattutto dagli stessi consumatori finali (consumer), che mediante internet potranno direttamente accedere ai database che da sempre permettono alle agenzie di verificare in tempo reale la disponibilità di posti in aerei ed alberghi ed i prezzi alternativi, e qualsiasi altra informazione e dato utile di ogni parte del mondo.

In pratica la tradizionale "catena di produzione" sarà prevedibilmente alleggerita di un anello, e non tanto per ragioni dimensionali, anche il franchising tra agenzie di viaggio non sembra quindi essere la soluzione, quanto funzionali.

Si deve infine evidenziare come per new economy non debba solo intendersi internet ed il suo pieno utilizzo, bensì anche e soprattutto la gestione integrata di diverse componenti di settore, la cui sistematica applicazione ha come risultante l'ottimizzazione del prodotto o servizio finale e quindi racchiude in sé tutte le prospettive di sviluppo. Si vuole con questo fare riferimento ad esempio alla logistica intesa come "logistica di Turismo", che comprende in sé diverse voci ed applicazioni che vanno dalla rete stradale, autostradale e ferroviaria, alla possibilità di ottenere biglietti on line, alla sicurezza.

L'Italia è in questo senso decisamente ancora poco sviluppata, come rileva da specifici studi di settore, mentre su questi stessi elementi altri paesi quali Spagna e Regno Unito hanno di recente costruito la loro immagine, o quantomeno una strategia per affrontare l'evoluzione della domanda turistica.

Fondamentale, come affermato da Giulio Aguiari⁸, componente del board dell'European logistics association, è attuare una strategia di "sincronizzazione", ossia <<sincronizzare arrivi e partenze, disponibilità di posti letto, accessi a musei e gallerie, offerta di servizi e garantire un'adeguata sicurezza>>; importante è quindi intanto **adottare un metodo di impresa volto alla *customer satisfaction* e sull'organizzazione, in attesa del miglioramento delle infrastrutture.**

⁸Il Sole 24 Ore del 20/4/00: "La Logistica frena i flussi turistici".

CAPITOLO 3 – IL TURISMO IN ITALIA

A cura di: Massimiliano Curletto

3.1 Incremento frenato nel 1999

In uno scenario di forte crescita del settore l'Italia vede l'incremento dei propri afflussi e introiti al di sotto di quelle che sono le medie di paesi con similari tipologie di offerta.

Ciò che rileva è l'emergere di una promozione del prodotto Italia ormai insufficiente in un panorama internazionale dominato da soggetti pubblici e privati in grado di sfruttare a pieno le risorse naturali, culturali, e tradizionali del proprio territorio di riferimento.

L'Italia come prima meta turistica nell'immaginario collettivo è ormai una rendita di posizione che se non supportata da effettive iniziative rischia di essere sovrastata dagli effetti promozionali sistematici di altre regioni più o meno vicine, proponenti pacchetti turistici differenziati, con soluzioni flessibili, secondo il target di utenza.

Una riprova di una tale tendenza, e quindi della necessità di una "politica attiva del Turismo", è il fatto che nel 1999 la Spagna ha effettuato il sorpasso nei confronti dell'Italia, riguardo agli arrivi di turisti tedeschi, che da sempre sono considerati, dati alla mano, come i turisti che maggiormente amano e prediligono come meta turistica l'Italia.

Una recente indagine del CNR su "Turismo e Sviluppo economico", ha individuato come indispensabili linee di azione:

- Costruzione di un sistema informativo attendibile e completo al servizio delle aziende di promozione e marketing, senza dati statistici attendibili è infatti difficile per i soggetti che del Turismo devono effettuare attività di marketing e previsione, operare in maniera proficua. Si cita ad esempio la notevole diversità dei dati a consuntivo 1999 per l'Italia, per i quali da un lato la WTO vede un incremento degli arrivi internazionali del 2,9% e un aumento delle entrate del 4%, mentre l'Ufficio Italiano Cambi rileva una contrazione della spesa turistica estera sul paese del 1,8%, dovendosi tuttavia rilevare che in tale dato non è ancora compreso il mese di dicembre, decisamente importante per il settore; sarà comunque in ogni caso difficile che i due dati si eguolino coerentemente;
- Maggiori investimenti nel business turismo nella logica della massima interazione tra soggetti pubblici e privati coinvolti;
- Potenziamento della formazione specifica, al fine di creare una cultura imprenditoriale e manageriale qualitativamente adatta a favorire lo sviluppo del settore verso le

suddette forme di integrazione e raccogliere le sfide dei nuovi turismi, sia per tipologia (turismi alternativi, creazione di pacchetti turistici destagionalizzati) che per strumenti (INTERNET).

Stime effettuate dalla World Tourism Organization, effettuate sulla base degli attuali trend di crescita, portano a prevedere per il 2020 che il Paese con il maggior numero di arrivi sarà la Cina, seguita dagli Stati Uniti, mentre la Francia e la Spagna, attualmente prima e seconda, scenderanno al terzo e quarto posto.

L'Italia, attualmente confermata quarta con 35,8 milioni di arrivi, scenderà al sesto posto, sempre che non si inverta la rotta di uno sviluppo frenato, mediante interventi sistematici di marketing e implementazione qualitativa del settore.

Fenomeno trasversale al settore, e che quindi implica un rallentamento nella crescita di flussi per le zone che costituiscono il mercato tradizionale, è l'avvento di nuove mete, quali alcuni paesi dell'Europa Orientale (Georgia e Estonia con +10% nel 1999), nonché Paesi in via di sviluppo nel Sud America (Argentina + 23%, Guatemala +29%) ed Asia (Cina + 8% circa, Sri Lanka +20% circa) che, per lo più affacciatisi da poco sul mercato turistico, riescono, mediante l'utilizzo di strumenti innovativi e strategie mirate di marketing, a incrementare, in maniera esponenziale, il proprio mercato turistico, questo anche in considerazione degli ampi margini a loro disposizione considerando la relativa immaturità nel settore.

3.2 L'offerta turistica italiana

Come accennato al precedente paragrafo la marca Italia, in quanto meta turistica soffre della mancanza di una precisa attività di promozione, volta a valorizzarne le sue peculiarità e comunque a darne una immagine rinnovata rispetto al passato.

A tal proposito vale la pena ricordare i risultati di una indagine specifica compiuta dal CIRM, per conto del Ministero dell'Industria del Commercio e dell'Artigianato, Divisione Turismo, volta a rilevare e definire il Turismo italiano visto dall'Estero.

A tal fine sono state effettuate **interviste Qualitel**⁹, a 12 Tour Operator stranieri (4 in Germania, 4 in Giappone, 4 in Inghilterra), scelti in base alle loro dimensioni e tipologie di viaggi offerti.

I primari settori di indagine sono stati:

- I trasporti, accoglienza, sicurezza, ricettività e logistica, professionalità degli operatori
- I beni culturali, accesso ai musei e mostre, orari e giorni, supporti per il visitatore,
- Le strutture alberghiere, capacità professionale, utilizzo delle lingue straniere, rapporto qualità-prezzo,

inoltre è stata valutata la percezione del servizio turistico nel suo complesso offerto dal Paese Italia, in comparazione con l'offerta di altri Paesi.

A prescindere da alcuni pregiudizi di fondo, che hanno condizionato le risposte dei tour operator, si deve indicare come sostanzialmente sia positivo il giudizio sulla **nazionale rete di alberghi e strutture ricettive**, sia per competenza del personale che dei servizi offerti; si lamenta tuttavia la difficoltà di prenotazioni, soprattutto in quelli di dimensioni più piccole, la scarsa utilizzazione di strumenti come INTERNET, anche ai suddetti fini, ed in particolare per dare maggiori informazioni anche su strutture al di fuori dei tradizionali circuiti. Particolarmente sentita è inoltre la discriminazione effettuata tra i gruppi ed il singolo, auspicando al più presto una loro uguale valorizzazione: le strutture ricettive non sembrano amanti dei gruppi, pur costituendo una parte vitale del turismo.

Per i trasporti viene costantemente rilevata la poca disponibilità del personale, non solo per problemi di lingua, ma anche di approccio personale con il turista.

Inoltre si esorta a dare maggiore trasparenza a tariffe e costi di trasporto, evitando la pratica definita "da terzo mondo" di contrattazioni soggettive dei prezzi.

Si tende comunque a distinguere il trasporto pubblico urbano, visto come molto economico, dalle altre forme di trasporto, invece molto più care, deficitarie e poco supportate da strumenti informativi.

Elemento aleatorio che provoca disorientamento e diffidenza è inoltre il rischio scioperi, presente particolarmente nel nostro paese, nonché la difficile disposizione logistica di alcune infrastrutture (stazioni e aeroporti), soprattutto nella loro difficile connessione ai centri urbani.

⁹ interviste qualitative, con domande aperte e approfondimenti motivazionali, effettuate telefonicamente da personale esperto.

I beni culturali sono visti come la principale attrattiva del Paese, tuttavia viene percepito un sostanziale spreco delle risorse pubbliche, per il loro sviluppo, e, in particolare, l'inadeguatezza del personale dei musei al di là delle carenze linguistiche.

È indicata anche la necessità di valorizzare la componente culturale anche nei suoi aspetti meno conosciuti.

Vi è poi un aspetto di carattere generale che conferma quanto detto in precedenza; non vengono percepiti gli sforzi degli **Enti ed Associazioni** che rappresentano il Paese Italia all'estero; si palesa anzi una divisione ed un localismo regionale lasciato all'iniziativa più o meno brillante delle APT.

A differenza di quanto fatto da altri Paesi (Spagna, Francia e Grecia), L'ENIT non sembra dare altrettanto supporto ai Tour Operator stranieri, tanto informativo che promozionale.

Si spera che l'ormai imminente trasformazione dell'ENIT in SPA possa dare maggiore impulso a tali attività; si rileva inoltre che il decentramento funzionale che riguarda anche il settore del Turismo, non deve significare mancanza di coordinamento centrale, nel senso di costruire e promuovere un **sistema turistico a livello paese, frutto della aggregazione dei singoli sistemi locali.**

Ancora in questo ambito si inserisce una indagine DOXA sulla popolazione di 6 Paesi (Austria, Germania, Francia, Regno Unito, Stati Uniti e Giappone), volta ad evidenziare sia il giudizio in base alla notorietà del nostro paese, non solo dal punto di vista turistico, ma anche politico ed economico, che il giudizio sull'esperienza diretta, sugli stessi argomenti scelti come rappresentativi del sistema paese, in un periodo di riferimento biennale (1998/1999); il tutto mediante una votazione da 1 a 10 sui singoli argomenti.

Il risultato è che il giudizio sull'esperienza diretta è più positivo di quello sulla notorietà e questo anche e soprattutto per quanto riguarda gli elementi più prettamente turistici.

Si devono tuttavia rilevare decrementi, comunque molto contenuti, per quanto riguarda la struttura ricettiva e la sicurezza del turista. Quest'ultimo dato è spesso citato come uno dei problemi principali per i turisti stranieri.

Nel complesso si potrebbe comunque concludere che la realtà supera l'immagine e la notorietà.

Tabella 1

<i>Il giudizio in base alla notorietà (graduatoria)</i>		
<i>Argomenti</i>	<i>Voto 1999</i>	<i>Voto 1998</i>
1. Cultura, arte, Città	7,93	8,1
2. La qualità dei vini	7,19	7,29
3. Luogo di vacanza	6,92	7,08
4. La qualità dei prodotti	6,82	7,06
5. il carattere degli italiani	6,42	6,63

Fonte: DOXA indagine sulla popolazione 1998-1999 (estratto di tabella con indicazione dei soli elementi a valenza turistica)

Tabella 2

<i>Il giudizio in base alla esperienza diretta (graduatoria)</i>		
<i>Argomenti</i>	<i>Voto 1999</i>	<i>Voto 1998</i>
1. Città, opere d'arte	8,71	8,52
2. Paesaggio natura	8,14	8,01
3. Pasti, cucina	7,92	7,86
4. Accoglienza simpatia	7,76	7,60
5. Manifestazioni culturali	7,67	-
6. I vini italiani	7,66	7,50
7. Informazioni servizi turistici	6,85	6,78
8. alberghi ed alloggi	6,82	6,89
9. la sicurezza dei turisti	6,10	6,24

Fonte: DOXA indagine sulla popolazione 1998-1999 (estratto di tabella con indicazione degli elementi a maggiore valenza turistica)

Di sicuro interesse, ed a conferma ancora una volta di una immagine verso l'estero deficitaria, è lo studio effettuato da **Assocamere Estero** nel 1999, basato su interviste a operatori turistici esteri, con la collaborazione di Camere di Commercio di altri Paesi.

Dalla indagine è emerso come ancora una volta **le politiche di comunicazione e di marketing non danno una buona visibilità della reale offerta italiana**. In particolare si sottolinea la carenza di strumenti di promozione, quali brochure e siti internet dedicati, che valorizzino sia le mete tradizionali che quelle alternative (turismo verde, strade del vino, fitness e wellness, percorsi gastronomici).

Tutto questo comunque a fronte di un fortissimo appeal esercitato dall'Italia soprattutto verso i Paesi più lontani (asiatici, ma anche nordafricani ed Israele).

Da un punto vista **organizzativo** si evidenzia uno scarso coordinamento tra soggetti pubblici ed operatori privati, sia una insufficiente politica di aggregazione tra imprese private, sia infine una limitata presenza di catene ed associazioni di prodotto (carenza di interlocutori unici).

Dal punto di vista **infrastrutturale** si rileva una sostanziale insufficienza sia per i trasporti che per la accessibilità a luoghi culturali, nonché una sostanziale carenza di servizi informativi.

Del **personale turistico** vengono rilevati livelli di qualificazione e professionalità non all'altezza delle esigenze, con riferimento in particolare alla componente linguistica.

Infine il prezzo **del prodotto Italia** è considerato troppo elevato, rispetto alla qualità percepita, in comparazione ad altri Paesi mediterranei quali Spagna, Grecia e Turchia.

In conclusione quindi ogni indagine ha posto in evidenza come, pur nella necessità di miglioramenti delle componenti infrastrutturali e ricettive, il nodo centrale debba essere focalizzato nella necessità di individuare soggetti interlocutori unici, in grado di fornire servizi promozionali ed informativi, mediante i più svariati strumenti (cartacei e tematici), ponendo in evidenza le diverse tipologie di offerte, affinché almeno le aspettative siano equiparate alle valutazioni ex post sul Paese Italia come sistema turistico.

È interessante rilevare come una indagine analoga svolta dal CIRM, ma su un campione diverso (300 Tour Operator nazionali), con scopo la rilevazione della visibilità interna dell'Italia come sistema turistico, ha posto in evidenza come simili siano in fin dei conti i giudizi finali sulle problematiche.

In sintesi i punti su cui si ritiene indispensabile operare, al fine di rimuovere i freni allo sviluppo del settore sono:

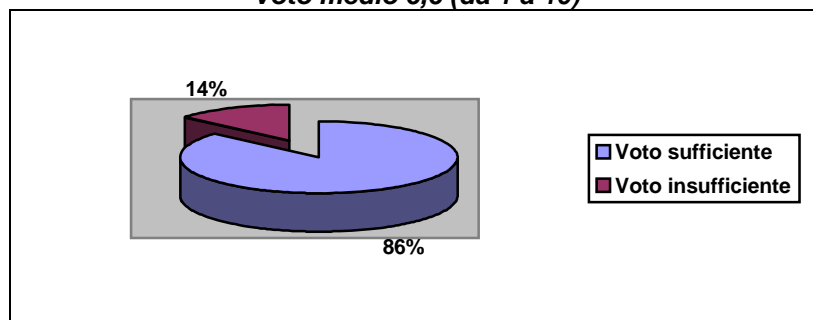
- gli interventi infrastrutturali e logistici (problemi di accessibilità ad aeroporti, difficoltà di collegamento con le città),
- il settore dei trasporti in tutte le sue accezioni, dove le carenze maggiori sono state individuate negli eccessivi tempi di attesa e percorrenza, nella carenza di informazioni e di disponibilità e gentilezza del personale,
- i beni culturali, che pur in un deciso miglioramento mostrano ancora deficienze riguardo a orari e tempi di attesa, nonché in relazione a personale spesso inadeguato; è interessante rilevare come, malgrado le forti spese e stanziamenti effettuati, ancora 1/3 degli intervistati ritengano uno dei problemi principali la cura del patrimonio, indicando quindi quanto ancora debba essere fatto in tale senso,

- Il costo del lavoro, freno allo sviluppo economico del settore, non solo nel senso dell'ammontare dei tributi e contributi che incidono sulle retribuzioni lorde, ma anche e soprattutto per quanto riguarda la rigidità del mercato del lavoro stesso, auspicando, come per altro la recente normativa ha reso e renderà possibile, il ricorso a forme di lavoro part-time, interinale ecc,
- La pressione fiscale,
- La formazione del personale, al fine di accrescere la competenza degli addetti e migliorare la qualità dei servizi.

Il giudizio complessivo sull'offerta turistica risulta essere sostanzialmente positivo, includendo nella valutazione aspetti diversi che vanno appunto da elementi infrastrutturali, per considerare anche la componente ricettiva e turistica più in generale; la valutazione raggiunta tuttavia mostra un valore medio di 6,6, per una gradazione di valori da 1 a 10, che tuttavia non deve nascondere il fatto che l'innalzamento della voto finale dipende in parte da elementi che sono propri del nostro Paese, di cui quindi risulta naturalmente dotato, mentre gli elementi più negativi riguardano le componenti infrastrutturali e di "qualità" dell'offerta, su cui quindi ancora molto deve essere fatto.

In tal senso l'indagine compiuta dal CUR (Centro Universitario di ricerca) che, anche a fronte di un campione più vasto e articolato (Tour Operator, ma anche riviste specializzate associazioni di consumatori) ha accentuato alcuni degli elementi negativi già evidenziati nell'indagine CIRM, ed in particolare con riguardo ai trasporti su rotaia, decisamente negativamente valutati, sia per problemi di prenotazioni che di incertezza dovuta a frequenti scioperi, ed a servizi di pullman e navette quasi inesistenti e comunque non favoriti dalle amministrazioni.

Valutazione complessiva dell'offerta turistica italiana
Voto medio 6,6 (da 1 a 10)



Fonte: CIRM (su campione di 300 T.O. Italiani)

3.3 Occupazione e competenze

Tra il 2000 ed il 2002 è previsto un aumento del 5% degli occupati nel settore, mentre nel passato triennio si sono avuti incrementi ancora più consistenti forse anche grazie all'effetto Giubileo.

Sono questi i principali risultati che scaturiscono da una ricerca CIRM, commissionata dal Ministero dell'Industria, Dipartimento del Turismo.

La metodologia dell'indagine (interviste a 320 operatori del settore, tra tour operator, albergatori, ristoratori, responsabili di aziende di servizi), ha permesso di rilevare e definire uno spaccato significativo delle prospettive occupazionali del settore e soprattutto delle competenze specifiche richieste.

In particolare una delle principali lacune, sentita da circa il 21% degli operatori, è la scarsa conoscenza delle lingue straniere, proprio da parte di coloro che invece dovrebbero esserne padroni.

Relativamente alle competenze maggiormente richieste si deve rilevare il crescente carattere di specializzazione richiesto, ed in particolare la capacità di gestire strumenti e conoscenze di carattere innovativo; in tal senso si inserisce la richiesta di personale con conoscenze informatiche, la categoria più richiesta dai tour operator, nonché di figure in grado di gestire e promuovere l'offerta di prodotti e servizi, quindi esperti di marketing e vendita prodotti, di addetti ai servizi e alla cura del cliente, per arrivare a vere e proprie figure con competenze manageriali e professionisti della formazione.

Per quanto riguarda la richiesta di personale informatico in particolare da parte di Tour Operator, questo deve essere collegato agli sviluppi rapidi di utilizzo di strumenti e tecnologie avanzate, quali internet, al fine di fornire servizi in rete che vanno dalla prenotazione di alberghi e viaggi, per arrivare ad un futuro prossimo in cui sarà possibile offrire pacchetti personalizzati in tempo reale, su misura per i singoli clienti.

È opportuno ricordare il ritardo dell'Europa su personale altamente qualificato nei settori dell'informatica e comunicazioni; uno studio effettuato da International data corporation, con Microsoft, ha evidenziato come in Europa, nel settore informatico e gestionale di web, nel prossimo triennio vi saranno circa 1 milione e 700.000 posti che non troveranno altrettante figure professionali adatte nell'ambito europeo, dovendo ricorrere ad altri Mercati del Lavoro. Alla data del gennaio 1999 il numero è quantificabile in 800mila posizioni.

L'IDC ha effettuato uno studio specifico anche per l'Italia, commissionato da Federcomin e Anasis, rilevando uno scenario altrettanto deficitario e preoccupante. Nel 1999 l'Italia avrebbe lasciato vuoti circa 50mila posti di lavoro nel campo delle telecomunicazioni e

dell'informatica, dato che si prevede ancora più preoccupante nel 2002, con circa 150mila posizioni.

La domanda a breve da parte delle aziende implica che la formazione tradizionale, sia universitaria che di istituti tecnici, non può fare fronte alle richieste; in tale senso si dovrebbe inserire una apposita politica di formazione con corsi specifici intensivi, anche su iniziativa privata.

L'incremento occupazionale nel settore Turismo, oggi ed in prospettiva, scaturente dalla ricerca CIRM, rileva dati molto positivi: circa il 67% degli intervistati ha dichiarato di aver effettuato assunzioni nel triennio 1997-1998-1999, di cui il 43% per veri e propri incrementi occupazionali, mentre il restante 24% si riferisce ad assunzioni per sostituire lavoratori. Il 65% dei nuovi posti di lavoro risultano essere inoltre a tempo indeterminato, dove il restante 35% ha ancora carattere di stagionalità.

Ad ostacolare ulteriori sviluppi, peraltro già ragguardevoli sarebbero, a detta degli operatori:

- Costo del lavoro (34%)
- Oneri fiscali (26%)
- Rigidità della struttura del lavoro (21%).

Le nuove assunzioni d'altronde rispondono ad esigenze particolarmente sentite di ammodernamento del settore in particolare in campi quali l'informatica ed il marketing.

I risultati della ricerca CIRM confermano ancora una volta quello che tutte le analisi di settore hanno posto in evidenza, ossia della necessità di accrescere la competenza degli operatori, mediante formazione specifica, di favorire l'introduzione di strumenti innovativi di gestione, promozione e fornitura di prodotti e servizi; tali necessità si evidenziano quindi ad ogni livello del settore, partendo dal singolo ristoratore, per arrivare al Tour Operator, inserito in un panorama di crescenti concentrazioni e concorrenza, e quindi ai soggetti pubblici e privati che del settore devono curare l'aspetto promozionale ed informativo e che costituiscono, il più delle volte, i primi interlocutori con i clienti finali.

3.4 Tendenze del turismo nazionale

Si deve preliminarmente indicare la difficoltà di raffronto di dati provenienti da diverse fonti; i dati fonte WTO hanno infatti uno scarto in eccesso di circa il 14% per gli anni 1998 e 1999, anni che si prendono principalmente a riferimento in questo paragrafo, per quanto

riguarda gli arrivi in Italia, rispetto a quanto indicato in documenti ENIT; si suppone ciò sia dovuto al numero di paesi di provenienza presi in considerazione.

Considerando la costanza di un tale ammontare in eccesso nei due anni di riferimento, si ritiene comunque che comparazioni in senso relativo possano comunque avere efficacia e validità. Nel prosieguo del paragrafo si cercherà quindi di fare costante riferimento a quote percentuali, riservandosi di dare ammontari in termini assoluti solo al fine di dare indicazioni di massima sui valori cui si vuole fare riferimento.

Nel quinquennio 1995-1999 è possibile quantificare un incremento di arrivi di turisti stranieri in Italia, compreso tra il 14% ed il 15%, passando da circa 31milioni nel 1995 a circa 36milioni nel 1999, con un incremento medio per anno compreso tra il 3,5% e 4%.

Nel biennio 1998-1999 l'incremento degli arrivi in Italia è quantificabile nel 3%, comunque a dimostrazione di un andamento più che positivo del settore.

Nel 1999, secondo dati Confturismo, il volume d'affari del settore del turismo nazionale si è aggirato intorno ai 144mila miliardi, con circa 120mila miliardi di valore aggiunto.

Nel suo complesso l'anno 1999 è quindi archiviabile come ulteriore periodo che ha visto il perdurare del trend positivo ormai almeno quinquennale, nonché come anno di inizio e di apertura di nuove prospettive.

In particolare è stato infatti registrato il crescente interesse per i consumatori verso una offerta turistica di qualità ed integrata, soprattutto per quelle aziende e sistemi turistici che hanno saputo affrontare i temi della certificazione di qualità (hotels, campeggi, stabilimenti balneari, agenzie di viaggio) e della sicurezza alimentare.

Questa attenzione unita al crescente ricorso di nuove tecnologie di comunicazione e promozione ha impegnato risorse per circa 200 miliardi, che potrebbero essere superiori in assenza di elementi frenanti agli investimenti come descritti *al paragrafo 3.2*.

Per quanto riguarda le strutture ricettive alberghiere, secondo dati FEDERALBERGHI, le presenze alberghiere rispetto al 1998 sono aumentate di circa l'1,5%, con presenze per 215milioni di turisti, con saldi positivi della domanda italiana e straniera.

Un tale incremento, ed in controtendenza a specifiche indagini effettuate di recente, può essere visto anche come effetto di un miglioramento dello standard qualitativo dell'offerta alberghiera e soprattutto del rapporto qualità-prezzo.

Sono stati gli alberghi situati nelle località marine a conoscere il minore incremento (+0,5%) dovuto in particolare al decremento della domanda italiana, tuttavia, come rilevato dai dati numerici, ben contrastato dall'aumento della domanda straniera.

Gli alberghi situati nelle città e località d'arte hanno conosciuto un incremento di + 1,6%, con una maggiore domanda sia italiana che straniera.

Gli alberghi in città d'affari hanno visto aumentare la loro domanda complessiva del +3,3%, incremento dovuto in particolare al forte aumento di quella straniera.

Tabella 3

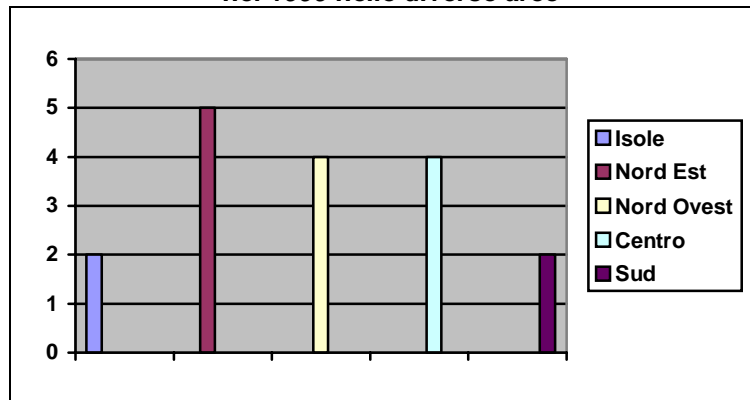
<i>Presenze di clienti italiani e stranieri negli alberghi italiani distinti per località Anno 1999 (valori in migliaia)</i>						
Località	1999			% 98/99		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
Arte	26.477	33.188	59.665	1,2	1,9	1,6
Monti	25.050	10.139	35.189	0,6	0,5	0,6
Laghi	3.107	5.777	8.884	2,4	2,3	2,4
Mare	48.965	24.987	73.952	-0,2	1,9	0,5
Terme	8.272	5.778	14.050	5,3	6,0	5,6
Affari	14.677	8.763	23.440	0,7	8,0	3,3
Totale	126.548	88.632	215.180	0,8	2,6	1,5

Fonte: Federalberghi – Confturismo

Particolarmente positiva la valutazione per quanto riguarda **i campeggi e le strutture turistico ricettive all'aria aperta**: dati FAITA evidenziano un incremento del 4% del 1999 rispetto al 1998, dovendosi tuttavia rilevare che a favore del dato positivo giocano le buone condizioni climatiche della stagione passata.

Fra le Regioni d'Italia si deve segnalare che l'incremento che ha interessato il Nord Ovest è stato del 4%, area per la quale è possibile anche una migliore valutazione del rapporto qualità prezzo.

**Incrementi percentuali del Turismo all'aria aperta
nel 1999 nelle diverse aree**



Fonte: Faita-Confturismo

A livello generale la stagione di interesse per un tale tipo di turismo tende ad allungarsi indipendentemente dalle effettive condizioni climatiche, e questo a causa di un maggiore domanda straniera, che è portata a segmentizzarsi nel corso dell'anno.

I maggiori usufruttori delle strutture sono i turisti tedeschi, seguiti dagli austriaci e svizzeri. In una tale ottica, ed in previsione di ulteriori sviluppi, appare evidente una maggiore richiesta di posti letto fissi, in altre parole sembrano sempre più rilevanti le connotazioni proprie di villaggi turistici.

In tutto il comparto inoltre si deve rilevare una maggiore attenzione al rapporto qualità prezzo, come fattore trainante delle attività di commercializzazione.

Anche per il turismo all'aria aperta si sta verificando una forte tendenza al miglioramento della qualità delle strutture con procedimenti di certificazione di qualità che sono stati avviati nelle varie Regioni, in particolare nel Veneto, qualità aziendale ISO 9002 e ambientale ISO 14000, nelle Marche, in Abruzzo ed in Calabria con ISO 9002.

Come evidenziato dalla stessa Faita (Federazione delle Associazioni Italiane dei complessi turistico-ricettivi all'aria aperta), la certificazione non è universalmente garanzia di qualità, in quanto deve essere mantenuta nel tempo e supportata da specifici corsi formativi.

Un elemento che viene rilevato importante è il miglioramento dei rapporti tra aziende ed enti pubblici, in considerazione dell'apertura di dialoghi per quanto riguarda il superamento di vincoli urbanistici.

3.5 Flussi del turismo nazionale

Come già più volte rilevato il trend positivo del settore turismo è stato confermato anche nel 1999, e le previsioni portano a pensare che tale incremento di arrivi e presenze turistiche debba continuare anche per gli anni a venire.

La tendenza è la forte espansione di quelle tipologie di turismo che pongono al centro della loro motivazione l'ambiente, il territorio, come risorse da scoprire e da cui trarre esperienze.

Per il futuro quindi si deve passare da una cultura di prodotto incentrata essenzialmente sull'insieme delle attività delle imprese turistiche ad una visione che invece pone al centro il territorio e le sue risorse, con la "diversificazione delle proposte a favore dell'inserimento nel catalogo Italia di ogni realtà, anche minore, ma di forte entità, che può suscitare un notevole ritorno di interesse attraverso il turismo cosiddetto di nicchia¹⁰".

I dati rilevati ed elaborati da ISTAT-ENIT permettono di mettere in evidenza la crescente importanza di determinate nicchie di turismo, per le quali è sempre al centro l'offerta del paese Italia sia culturale che ambientale.

Il movimento turistico in Italia ha quindi visto un incremento dei flussi sia da parte dei turisti stranieri che italiani, a fronte comunque di una contrazione delle presenze generalizzata.

Tabella 4

Arrivi e presenze turistiche in Italia Anni 1998 – 1999							
Area Geografica	1998		1999		%99/98		
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	
Unione Europea	18.321.697	84.415.544	18.776.348	86.322.050	3,0	2,3	
Europei non comunitari	3.583.252	15.021.411	3.735.431	15.562.180	4,2	3,6	
Extra-Europei	8.674.611	20.525.079	8.963.481	20.991.764	3,3	2,3	
Stranieri totale	30.489.560	119.962.034	31.475.260	122.875.994	3,2	2,4	
Italiani	40.855.513	177.400.080	41.304.924	178.819.281	1,1	0,8	
Italiani + stranieri	71.345.073	297.362.114	72.780.184	301.695.275	2,0	1,5	

Fonte ISTAT-ENIT

Gli incrementi dei flussi, testimoniati dai dati sopra riportati, evidenziano due aspetti molto importanti: il primo che ha valore sia per i turisti stranieri che italiani, è la contrazione

¹⁰ ENIT: "Mercati e prodotti turistici", pag. 2, Febbraio 2000

rispetto agli arrivi delle presenze, a testimonianza di una tendenza ad accorciare i periodi di vacanza e frammentarli nel corso dell'anno, il secondo riguarda prettamente i turisti italiani, per i quali l'incremento risulta inferiore rispetto alla media, a testimonianza di una congiuntura economica negativa ed una conseguente contrazione dei consumi.

Una previsione di crescita delle attività produttive, con una dinamica inferiore rispetto alla media europea, il PIL del 2000 avrà un incremento del 2,4% rispetto al 3,1% della media europea, ma comunque in linea con le performance tedesche e centro europee, nonché segnali positivi per quanto riguarda occupazione e consumi interni, portano a far pensare ad uno sviluppo del turismo interno già dal 2000.

A seguito delle elaborazioni effettuate a livello nazionale dall'ENIT su dati ISTAT è possibile anche una analisi dei flussi turistici per tipologia di domanda.

Quello che viene preliminarmente evidenziato è l'emergere di uno scenario completamente modificato rispetto ai primi anni dell'ultimo decennio del secolo, in cui il turismo balneare costituiva la struttura portante dell'offerta italiana nei confronti della domanda estera.

Oggi nel suo complesso la domanda estera appare prevalentemente orientata alle destinazioni culturali con l'emergere anche dell'importanza non solo dei centri culturali classici, quali le grandi città, ma anche una nuova tipologia denominata turismo "culturale minore", in forte ascesa e caratterizzazione.

Tra i Paesi con la più alta quota di destinazioni culturali spiccano il Giappone (92%), seguito da USA (55,1%), Spagna (50%) e Regno Unito (49,7%), che nel loro complesso costituiscono circa il 30% degli arrivi stranieri in Italia.

Tabella 5

Domanda estera secondo la tipologia prevalente della località scelta		
Anno 1999		
Tipologia di turismo	Stranieri in totale %	Paesi UE %
Culturale classica	20,3	15,8
Culturale minore	12,0	11,4
Balneare	34,0	38,1
Lago	7,9	8,7
Commerciale	3,2	3,3
Montagna invernale	3,5	3,6
Località termale	7,2	7,7
Centro tipico	7,5	6,9
Religioso	2,4	2,7
Naturalistico	2,0	1,8

Fonte ISTAT-ENIT

Il turismo culturale assorbe circa il 40% dello share rispetto all'offerta complessiva, mentre la componente balneare, malgrado la continua contrazione, continua ad avere ancora il 34%, soprattutto grazie ad una clientela turistica tradizionalmente legata alla componente marina del nostro Paese (Germania con il 45,1%, l'Austria con il 46,3% e la Svizzera con il 35,5%). Interessante in questo ambito il 30% di francesi attratti per finalità balneari, malgrado affini offerte del proprio territorio, dovendosi soprattutto ascrivere alla vicinanza territoriale.

Da notare come i Paesi ad alto interesse culturale siano invece quelli che hanno minor interesse per l'offerta balneare (USA l'8%, Spagna il 4% e Giappone lo 0,5%).

Centri tipici e naturalistici assorbono il 9,5% delle presenze globali di stranieri tra cui spicca la quota degli USA (16,9%) seguita da Francia (15,4%), Svezia (13,6%) e Regno Unito (10,0%).

Tabella 6

I primi 10 Paesi con maggiore afflusso di turisti verso l'Italia Anno 1999		
Paese di provenienza	Valori Assoluti (000)	Rapporto di incidenza sul totale degli arrivi stranieri in Italia %
Germania (G)	8.946	28,5
Stati Uniti (U)	3.714	11,0
Francia (F)	2.297	7,0
Giappone (Gi)	2.124	6,0
Regno Unito (R)	2.042	6,0
Austria (A)	1.691	5,0
Svizzera (S)	1.382	4,0
Olanda (O)	927	2,0
Spagna (SP)	877	2,0
Belgio (B)	661	2,0
Incidenza percentuale totale		73,5

Elaborazione su dati fonte ISTAT- ENIT

Tabella 7

Domanda estera distinta secondo tipologia di turismo											
Nei 10 paesi a maggior afflusso in Italia											
Anno 1999											
%											
Tipologia di Turismo	G	U	F	Gi	R	A	S	O	SP	B	
Culturale classica	12,3	32,6	16,9	90,2	29,4	10,6	15,8	21,0	35,2	15,1	
Culturale minore	8,7	22,5	13,8	2,4	20,3	6,6	13,5	17,7	15,4	10,8	
Balneare	45,1	8,0	29,6	0,5	18,5	46,3	35,5	24,7	4,0	39,5	
Lago	8,1	3,8	6,4	0,9	9,4	9,4	8,9	15,3	8,7	8,7	
Commerciale	3,3	3,0	4,3	2,1	4,0	2,6	3,2	2,0	4,3	3,3	
Montagna invernale	3,4	3,6	2,3	1,0	5,2	2,4	3,6	5,2	3,5	3,5	
Località termale	9,8	8,2	6,2	-	0,2	11,2	8,2	1,1	8,0	8,0	
Centro tipico	6,0	13,4	11,9	1,7	9,0	4,9	6,4	8,0	6,9	6,9	
Religioso	2,1	1,4	5,1	-	3,0	5,0	1,4	0,0	12,4	2,6	
Naturalistico	1,2	3,5	3,5	1,2	1,0	1,0	3,5	5,0	1,6	1,6	

Elaborazione su dati Fonte ISTAT - ENIT

Come sopra evidenziato è quindi possibile definire, in base alle caratteristiche turistiche di ogni singolo territorio, il target di clientela e, in relazione, la tipologia di offerta ricettiva da fornire e favorire.

L'analisi infatti dei dati disponibili permette di valutare come a differenti tipologie di turismo, corrispondano anche diverse caratteristiche per quanto riguarda le strutture ricettive ospitanti, sia per standard qualitativi, ma soprattutto, e costituisce il dato più importante, per diversità sostanziale, andando quindi dall'albergo per arrivare al camping, considerando anche le residenze extra-alberghiere e gli agriturismi.

Secondo questa ottica infatti è possibile notare come ad un turismo culturale si associ una ricettività prevalentemente alberghiera, tuttavia dovendosi distinguere tra il turismo "culturale classico e minore", ossia sia nei grandi centri che in quelli più piccoli ed in qualche modo alternativi, da quello relativo a "centri tipici", dove assume un certo peso anche la componente ricettiva costituita da camping ed agriturismi; da notare la comunque sempre discreta importanza di tipologie ricettive extra-alberghiere, in cui non solo rientrano i residence, ma anche le case affittate da privati anche per soli weekend, e comunque l'universo di offerte atipiche che, vista la loro importanza, necessitano ormai di un censimento più preciso ed esauriente, per il quale sicuramente si avrebbe un notevole innalzamento dei dati relativi.

Tabella 8

Tipologia di turismo	Tipo di alloggio utilizzato Anno 1999 (000)				
	Alberghi	Camping	Agriturismi	altro	Totale
Culturale classica	20.360	1.230	792	2.560	24.942
Culturale minore	10.289	874	1.053	2.327	14.543
Balneare	29.875	3.987	1.556	6.559	41.977
Lago	5.501	1.598	766	1.840	9.705
Commerciale	3.885	17	0	29	3.931
Montagna invernale	2.555	159	200	1.385	4.299
Località termale	6.523	557	749	1.016	8.845
Centro tipico	6.482	1.078	557	1.097	9.214
Religioso	1.658	0	0	1.290	2.948
Naturalistico	1.315	322	140	679	2.456
Totale	88.443	9.822	5.813	18.782	122.860

Elaborazione approssimata su dati ENIT ISTAT

Ne deriva quindi che conoscendo la tipologia di turismo prevalente in un territorio, il conseguente target di clientela, sarà possibile evidenziare quale tipologia di ricettività sarà necessario implementare e migliorare, anche in considerazione dei rispettivi indici di saturazione. Nella ricerca di target di clientela dovrà essere tenuto in particolare conto il Paese di provenienza e la sua offerta turistica. Nel caso ad esempio di “un turista statunitense dell’Arizona, che risiede in uno <<Stato federato>> grande quanto l’Italia, con la vicinanza di grandi parchi naturali, la possibilità di trovare più località balneari e l’abitudine alle grandi distanze, con gli Usa che nel loro complesso sono più grandi dell’Europa, non potrà che essere attratto, in primo luogo, da quelle ricchezze d’arte che nel proprio Paese non sono presenti e non potrà non concepire la venuta in Europa come un tour che passa attraverso vari Paesi e che comunque è sempre più limitato di un grande itinerario Coast to Coast¹¹”.

Tornando al turismo culturale in tutte le sue accezioni, esso assorbe circa il 40% dell’intera domanda straniera alberghiera, mentre, tra i turisti a più “alta domanda culturale”, alloggiano in strutture alberghiere il 92,2% degli Statunitensi, il 99,6% dei Giapponesi, il 50% degli Spagnoli ed il 49,7% degli Inglesi.

3.6 Quadro normativo

Sono sostanzialmente due le normative cui dover fare riferimento nell’ottica della ricerca di una crescente efficienza tecnica e gestionale “dell’industria Turismo”; la prima rientra nella

decentralizzazione amministrativa, che ormai interessa ogni settore, voluta dalla Legge 59/97, Bassanini 1, la seconda riguarda la ristrutturazione di uno dei soggetti istituzionali del turismo a livello nazionale, l'ENIT.

In entrambi i casi si tratta di disegni di legge, a riprova del profondo cambiamento che sta interessando il settore, la cui disciplina è conseguentemente ancora in divenire.

Per quanto riguarda la **nuova legge quadro del Turismo**, il cui cammino nelle Aule del Parlamento dura ormai da molto tempo, tanto da far richiedere da parte delle Regioni al Ministro Letta un iter accelerato di approvazione, le sue principali finalità risultano essere la costituzione di una struttura che valorizzi e renda sempre più autonomi i sistemi locali, senza che però venga annullata la funzione di indirizzo e coordinamento dello Stato, ma anche la semplificazione delle norme e degli adempimenti che caratterizzano il comparto, l'omologazione delle aziende del settore alle altre imprese e gli interventi in difesa dei consumatori.

Viene attribuita particolare importanza al **DPCM** che dovrà essere emanato entro nove mesi dall'entrata in vigore della legge quadro e fornire **le linee guida attuative volte a definire gli obiettivi per la valorizzazione e lo sviluppo del sistema turistico**.

Dovranno quindi essere individuate le terminologie omogenee da adottare per il settore, le tipologie di imprese turistiche, i criteri e le modalità di esercizio di queste imprese, i requisiti e gli standard minimi delle attività ricettive senza scopo di lucro, e quelle di accoglienza non convenzionale (bed & breakfast).

Le linee guida, che costituiranno un atto concordato tra Stato e Regioni, permetteranno la delegificazione dei rapporti che hanno caratterizzato la vecchia normativa, potendosi andare a determinare volumi delle stanze di albergo, i rapporti con le imprese balneari ecc.; si tratterà comunque di uno strumento in grado di adattarsi alle esigenze nuove che dovessero manifestarsi per differenziazioni di tipologie ricettive emergenti, o comunque ad altri elementi che implicino modiche normative, in quanto potrà essere modificato ogni due o tre anni a seconda delle necessità.

Un capitolo molto importante riguarda quello dei **Sistemi Turistici Locali**, a cui viene affidato il compito di favorire e permettere l'ammodernamento del sistema turistico del Paese. Importante rilevare come essi non saranno scelti dall'alto, ma saranno basati sulla realtà locale, e dovranno quindi rispecchiare contesti turistici omogenei o integrati,

¹¹ VIII°rapporto annuale sul Turismo; TCI – MICA, considerazioni di Emilio Becheri

comprendenti ambiti territoriali appartenenti anche a Regioni diverse che saranno caratterizzati dall'offerta integrata di beni culturali, ambientali, e di attrazioni turistiche o dalla presenza diffusa di imprese turistiche singole o associate.

I STL saranno destinatari di specifici finanziamenti ed agevolazioni gestiti ed erogati a livello regionale.

Con la nuova normativa **le imprese turistiche saranno omologate con quelle industriali**, quindi con gli stessi obblighi e vantaggi; in particolare viene sottolineato che alle aziende del settore saranno estese le agevolazioni, contributi e gli incentivi di qualsiasi genere previsti dalle norme per l'industria. Anche in questo caso sarà quindi necessario ricorrere a norme attuative ed istruzioni ministeriali, volti a delimitare il campo di attuazione di quanto sopra, in particolare al fine di determinare ad esempio, quando un bar od un ristorante possono essere considerate aziende industriali; si dovrà fare comunque riferimento ai Sistemi Turistici Locali, come sedi allargate di produzione e fornitura di servizi, al cui interno ogni componente potrà assumere lo status di impresa e iscriversi come tale al registro.

L'articolo 12 del disegno di legge prevede inoltre la redazione, da parte del Dipartimento del Turismo della Presidenza del Consiglio, ed in quattro lingue, di una **carta dei diritti del turista**, in cui dovranno essere contenute le informazioni su contratti di multiproprietà, o su sistemi di classificazione delle strutture, sulle forme di tutela e sulle norme vigenti.

Per quanto riguarda le **semplificazioni di carattere amministrativo ed autorizzativo** spicca l'abolizione dell'obbligo della licenza di pubblica sicurezza.

Riguardo al **disegno di legge volto a trasformare l'ENIT** (Ente Nazionale Italiano per il Turismo), in società per Azioni, si rileva la sua principale finalità di dotare il sistema turistico italiano di una struttura, di carattere privatistico, simile a quella di altri Paesi europei, più agile e dinamica in grado di calcare i mercati turistici in modo flessibile ed in grado quindi di rispondere alle esigenze mutevoli con maggiore rapidità in un panorama sempre più concorrenziale.

Il capitale sociale dell'ENIT sarà inizialmente detenuto da Stato e Regioni, per poi allargare l'accesso a nuovi soci, con il limite del 49% delle partecipazioni, mediante emissione di nuove azioni e conseguente aumento di capitale.

La nuova società potrà perseguire la finalità della promozione turistica dell'Italia all'Estero, attraverso un contratto di programma annuale con lo Stato e le Regioni, potendo anche raccogliere la committenza di altri soggetti pubblici o privati, potendo anche costituire società operanti nei diversi settori del mercato, comunque sempre nel perseguimento di fini di interessi generali.

Al fine di una più **completa copertura dei mercati turistici esteri**, sviluppando sinergie e condivisione di fini, che tuttavia non corrisponda ad una moltiplicazione dei costi, l'ENIT SpA potrà stipulare apposite convenzioni operative con le sedi di rappresentanze italiane all'estero (Icl, Ambasciate, Istituti di cultura).

Da ultimo si vuole fare accenno anche a due ulteriori normative, cui corrispondono tre strumenti espressione della consapevolezza del fatto che anche il settore Turismo costituisca ormai "un'industria".

Si vuole fare riferimento all'allargamento, avvenuto con l'art. 9 comma 1, della Legge 449/97 ed attuato con DM del 20 luglio 1998, al settore Turismo, della **Legge 488/92**, e la conseguente applicabilità anche degli strumenti di Programmazione negoziata, quali il Contratto d'area e il Patto Territoriale.

Le iniziative che in tal modo sono state rese agevolabili riguardano prevalentemente la realizzazione di strutture ricettive quali alberghi, residence, agriturismi e campeggi.

Era previsto poi che le singole regioni individuassero ulteriori iniziative agevolabili secondo le priorità locali; la Liguria ha fra le altre individuati gli stabilimenti balneari e i campi da golf.

Il Contratto d'area, vista la sua applicabilità agli stessi settori della Legge 488/92, come previsto nella Delibera CIPE 21 Marzo 1997, è stato automaticamente esteso anche al settore Turismo.

A prescindere dalle agevolazioni economiche, nella specie, come per la Legge 488 citata, sotto forma di contributi a fondo perduto, che sono sempre concedibili nei limiti stabiliti dalla Comunità Europea, il valore aggiunto che uno strumento quale il contratto d'area può dare, riguarda la possibilità di usufruire, da parte dell'imprenditore che al suo interno fosse inserito, di procedure urbanistiche accelerate, oltre che a forme di flessibilità sul lavoro.

Questo è un aspetto molto importante per interventi riguardanti la realizzazione di alberghi e strutture che in via ordinaria si vedono di fatto sbarrata la strada da tempi biblici di approvazione urbanistica.

Ovviamente il contratto d'area accelera le procedure, ma non prescinde assolutamente dalla applicazione delle norme; con questo si vuole dire che un progetto che prima impiegava dieci anni per essere bocciato, ora in termini entro i sei mesi conosce quali sono le modifiche necessarie per l'attuazione e se del caso le può adottare.

Il **Patto Territoriale**, altro strumento di programmazione negoziata, anch'esso automaticamente applicabile al settore turismo ex Delibera CIPE 21/3/97, si differenzia sostanzialmente dal contratto d'area per il carattere di maggior decentramento, per quanto riguarda la sua stesura e definizione, e la sua applicabilità su tutto il territorio nazionale, dovendosi tuttavia riservare il ricorso a risorse CIPE e a procedure speciali urbanistiche nei territori Ob 1, 2 e 5b, secondo la vecchia definizione.

Nell'ambito di queste aree i due strumenti tendono quindi a somigliarsi molto, pur nel minor ammontare massimo di ricorso a fondi pubblici CIPE, 100 miliardi per il Patto territoriale e 300 per il Contratto d'area.

CAPITOLO 4 – IL TURISMO NELLA REGIONE LIGURIA

A cura di: Chiara Bianchi

4.1 L'offerta turistica della Regione

La struttura **dell'offerta ricettiva** in Liguria è per la maggior parte composta da esercizi alberghieri (84.2% degli esercizi totali con solo il 54% dei posti letto), ma la consistenza delle attività alberghiere risulta fortemente diminuita nel periodo tra il '91 ed il '97. Nello stesso periodo il numero degli esercizi extra alberghieri quali campeggi e villaggi turistici è rimasto pressoché invariato, mentre sono cresciuti gli "altri esercizi" tra cui gli alloggi agrituristici.

Negli ultimi anni si è perciò assistito, soprattutto nel ponente, ad una contrazione degli esercizi alberghieri e ad una conseguente carenza di strutture medio grandi capaci di soddisfare le esigenze dei Tour Operators. Il tasso di densità alberghiero comunque, per le caratteristiche intrinseche del territorio regionale, è superiore sia alla media del Nord Ovest che nazionale, con 12,1 esercizi ogni 10.000 abitanti. Al di sopra della media nazionale anche il tasso di densità delle strutture ricettive complementari (campeggi e villaggi turistici). La ricettività media è di circa 44 posti letto per struttura che crescono al crescere della categoria. Più del 36% degli alberghi è classificato come tre stelle, quasi il 29% come due ed il 5% come quattro stelle.

Negli ultimi anni si è assistito ad un processo di riqualificazione delle strutture alberghiere con un aumento delle strutture a tre stelle ed una diminuzione di quelle meno qualificate¹². La domanda poi richiede sempre maggiore flessibilità in termini di tempi di apertura, di disponibilità di camere e di qualità dei servizi e questo, a livello di singola azienda, comporta la ricerca e l'attuazione di sistemi di gestione in grado di ricavare profitto anche in condizioni di non piena occupazione della struttura.

In relazione alle strutture complementari, ancora da regolamentare e di conseguenza da indagare più a fondo è il fenomeno delle seconde case, una tipologia di offerta sommersa che mette a disposizione un numero molto alto di alloggi ed il cui fatturato spesso non va ad accrescere la quota del settore.

¹² Elaborazione Centro Studi Confcommercio su dati ISTAT.

4.1.1 L'offerta nelle realtà provinciali

Vediamo ora i principali punti di forza e debolezza delle province liguri dal punto di vista dell'offerta, riservando comunque la descrizione della Provincia della Spezia al successivo capitolo.

Nella **provincia di Imperia** l'offerta è caratterizzata da tre principali elementi di attrazione turistica: la presenza di un patrimonio di risorse naturali ed ambientali, l'enogastronomia e gli elevati valori paesaggistici sia costieri della Riviera dei Fiori, che delle località interne. A fronte di tali punti di forza, si ravvisa la necessità di intervenire nei confronti di taluni fenomeni, quali il depauperamento del patrimonio alberghiero, anche in località tradizionalmente a grande vocazione turistica (v. S. Remo) a vantaggio della crescente conversione delle attività in seconde case, la perdita di attrattività dei centri turistici costieri e la perdita di competitività del turismo balneare, che deprimono l'immagine dell'area soprattutto se messa a confronto con quella della contigua Costa Azzurra. La tendenza ad effettuare soggiorni brevi e alla ricerca di posti incontaminati suggerisce di puntare, ai fini di un miglioramento dell'offerta, in primo luogo sul turismo all'aria aperta nelle sue tipologie attualmente più richieste (turismo sportivo e percorsi naturalistici ed enogastronomici, ad esempio) e sul potenziamento delle manifestazioni di qualità cui si dovrebbe legare un'offerta più ampia e differenziata di occasioni per il tempo libero.

Per quanto riguarda la **provincia di Savona**, sull'offerta hanno sempre agito positivamente la posizione geografica, ovvero la prossimità e la facile accessibilità dai bacini di utenza (Piemonte pianura Padana) e le caratteristiche di alta qualità e di buon rapporto qualità/prezzo del sistema ricettivo. Tuttavia la prevalenza di una tipologia di vacanza breve e del fine settimana e la perdita di competitività a livello di mercato globale del prodotto balneare, che rappresenta la tipologia di offerta predominante, ha fatto emergere la necessità di sviluppare con celerità prodotti turistici complementari. Varie iniziative sono state attuate a favore del turismo sportivo e legato a grandi manifestazioni di richiamo, soprattutto al fine di incrementare i flussi extra stagionali e ad incrementare la capacità ricettiva alberghiera, contrattasi anche in quest'area. Altri settori di potenziale espansione sono quello culturale e dell'artigianato artistico attraverso la predisposizione di percorsi e corsi per i turisti.

La **provincia di Genova** è caratterizzata dal lato dalla presenza di molteplici tipologie d'offerta e dalla disponibilità di un patrimonio ricettivo alberghiero di dimensioni e di

standard qualitativi adeguati. Il tessuto territoriale poi, oltre a poter vantare località di grande attrazione e pregio naturalistico (v. il Parco di Portofino) ha assistito alla nascita di consorzi tra operatori turistici e agenzie specializzate svolgenti attività di promozione e commercializzazione che rappresentano per questa provincia una realtà di rilievo sia sotto il profilo economico che sociale. La collaborazione diffusa scaturita da queste strutture non può che agire in favore di una maggiore integrazione dei vari prodotti. Tra questi i principali fattori di offerta nel genovese sono l'ambiente, la cultura ed i servizi al turista. Ma ai punti di forza appena citati si contrappongono punti di debolezza principalmente "infrastrutturali" legati alla scarsità di parcheggi, l'inadeguatezza del trasporto pubblico e della viabilità, la bassa qualità dell'arredo urbano ad eccezione delle località costiere di maggior richiamo (S. Margherita e Portofino in particolare). Merita qualche considerazione a parte la rinascita turistica del capoluogo avvenuta grazie allo sviluppo di un'offerta articolata di attività e manifestazioni sia tradizionali che di recente valorizzazione. In recupero il turismo d'affari, congressuale e fieristico grazie alla crescita di eventi organizzati dall'Ente Fiera ed alla disponibilità di nuovi spazi per convegni e conferenze, ed il turismo crocieristico in rapida crescita che ha portato il porto di Genova a capo della graduatoria degli scali crocieristici italiani. Il turismo culturale è stato rilanciato dalle Colombiadi, si è arricchito con l'attività del palazzo Ducale e la promozione di esposizioni di grande richiamo ed ha trovato consolidamento grazie all'Acquario, la cui dimensione numerica pone la struttura al terzo posto in Italia per numero di visitatori (1.400.000 all'anno). Quest'ultimo attira grandi scolaresche e giovani con ampi spazi dedicati all'animazione didattica complementare alla visita e si pone come scopo primario la sensibilizzazione del pubblico alle problematiche di conservazione e gestione degli ecosistemi marini. La nuova area espositiva della Grande Nave Blu, ad esempio, ha ad oggetto la conservazione della biodiversità degli oceani connotando l'Acquario con un preciso messaggio educativo indirizzato sia ai grandi che ai piccoli.

4.1.2 Iniziative di promozione e sostegno del prodotto turistico ligure

Nel quadro di una politica di sviluppo del settore, a partire dalla crescente disponibilità di risorse e investimenti (38 miliardi di lire nel '98), sono state attuate numerose iniziative sia a livello regionale che locale. L'incremento degli investimenti nel settore è avvenuto soprattutto grazie a contributi regionali e comunitari: di questi, nel 1998, 9 miliardi sono stati impiegati per progetti in seno all'Ob. 2 e 1,7 miliardi in seno al 5b destinati agli incentivi alle imprese.

A livello promozionale la Regione ha rappresentato i suoi operatori ed i suoi prodotti in occasione di vari **eventi**: Giornate Internazionali del Turismo Sociale a Tunisi, la BIT svoltasi a Milano in febbraio ed il Workshop di Strasburgo, in occasione del quale i maggiori operatori francesi si sono dimostrati interessati alle località sanremese e delle Cinque Terre per i viaggi di gruppo. In occasione degli eventi sopra citati ed in preparazione a quelli futuri, sono state stampate 20.000 copie di un volume promozionale in lingua tedesca e sono in preparazione prodotti informativi dello stesso tipo rivolti ad operatori e turisti in lingua francese e inglese. La Regione Liguria ha inoltre sponsorizzato la parata di New York per il Columbus Day e preso parte alla World Travel Fair di Tokyo, la più grande borsa turistica dell'Est. In funzione del Giubileo, la Regione ha poi presentato una guida dei percorsi turistici storico – religiosi del nostro territorio (trattasi di 350 luoghi e sei itinerari che toccano le principali località delle riviere e dell'entroterra regionale).

Oltre a questi eventi di risonanza internazionale, l'attività promozionale, elemento fondamentale per lo sviluppo del mercato turistico, è inoltre esercitata dall'agenzia di promozione turistica "In Liguria" che in collaborazione con l'Assessorato al Turismo della Regione Liguria si è posta diversi indirizzi per incrementare la fruizione del territorio e destagionalizzare la domanda. Strumenti chiave di tale strategia i **marchi di qualità** quali ISO 9000 ("qualità della ricettività") e le Bandiere Blu e Arancioni, strumenti intesi alla realizzazione di "club di prodotto".

Le Bandiere Blu consistono in certificazioni assegnate dal FEEE che riconoscono la presenza del mare pulito e la qualità dei servizi offerti nelle località balneari in funzione della salvaguardia ambientale. Sono assegnate anno per anno, dunque revocabili in qualsiasi momento, nel caso vengano a mancare determinati requisiti (per le spiagge qualità delle acque, misurate da precisi valori chimici - biologici, informazione ed educazione ambientale sulle spiagge, sicurezza e servizi di spiaggia, per i porti, qualità della marina, servizi e sicurezza, informazione ed educazione. Le Bandiere Arancioni, collegate alla legge regionale del "Turismo verde" e delle "locande" e al progetto comunitario Leader II, sono nate in collaborazione con il Touring Club italiano al fine di istituire un riconoscimento sul modello di quello assegnato dal FEEE (bandiere Blu) per le località dell'entroterra, distinguendo la qualità globale dell'ambiente, del paesaggio naturale e costruito e dell'accoglienza. Tale progetto è finalizzato ad offrire ai comuni liguri un elemento di identificazione dal punto di vista dell'offerta turistica. Il marchio, diffuso in Italia e all'estero, sarà testimonianza della qualità globale dell'entroterra ligure costituendo così un vero e proprio prodotto turistico riconoscibile. Uno sviluppo in tal senso permetterà

inoltre di rendere effettiva l'integrazione tra turismo costiero e dell'entroterra distribuendo i flussi turistici dalle località balneari ad una varietà di luoghi meno conosciuti ma in grado di offrire prodotti variegati e customizzati: dal relax in montagna, al trekking, alle visite ai musei, ai parchi naturali, culturali ed alle aree di interesse storico archeologico e anche enogastronomico.

L'agenzia di promozione ha inoltre iniziato a lavorare ad importanti progetti quale la costituzione di un osservatorio turistico e di banche dati regionali al servizio di operatori e utenti. L'Assessorato al turismo della Regione, in collaborazione con lo Sportello regionale del consumatore ha poi aperto lo "Sportello per la tutela del Turista", un servizio plurilingue di informazione e consulenza per aiutare i turisti in difficoltà. L'attività delle Agenzie di Promozione Turistica, dell'Agenzia "in Liguria" e di altri organismi con funzioni di promozione turistica, saranno anche quest'anno sorrette dalle risorse finanziarie allocate direttamente dalla Regione nel quadro del Piano turistico quinquennale (1996-2000) definito ai sensi della Lr 3/95¹³.

Vediamo ora alcuni settori di crescente rilevanza o cui sono o dovrebbero essere accordati particolari interventi.

- Per quanto riguarda il **turismo nautico e crocieristico**, al di là del boom inaspettato riscontrato quest'anno, si parla del 32% delle preferenze nazionali per questa tipologia di vacanza¹⁴, probabilmente dovuto alle conseguenze della guerra nei Balcani che ha spostato gran parte dei traffici dall'Adriatico al Tirreno rendendo la Liguria ed in particolare il Porto di Genova (che secondo recenti stime del Touring Club italiano avrebbe chiuso il 1999 in prima posizione nella graduatoria dei porti nazionali con 375.000 passeggeri ed un aumento del 32% rispetto all'anno precedente) uno dei principali scali, si è in presenza di un offerta che si è ampliata e qualificata nel corso degli ultimi anni. Il posizionamento geografico, la disponibilità di terminal per i cruise operator, la leadership nel settore della cantieristica, con Fincantieri che gestisce ben il 36,5% di ordini e la crescita in numero e qualità di infrastrutture dedicate alla nautica da diporto pongono ambo i mercati, quello crocieristico e nautico per l'appunto, tra le realtà emergenti ed a più alta competitività nel panorama turistico regionale.

- La nuova formula ricettiva del **bed and breakfast**, che viene sperimentata dalla Liguria grazie all'entrata in vigore della legge regionale approvata il 28 gennaio scorso, permette la nascita di nuove strutture ricettive familiari da immettere sul mercato delle vacanze e la diversificazione dell'offerta, soprattutto in quelle zone dove scarsa è la presenza

¹³ Per approfondimenti ulteriori si rimanda al paragrafo successivo.

alberghiera. Genova e le Cinque Terre hanno già conquistato il primato per domande presentate ai Comuni. Offerta di letto e prima colazione in un atmosfera familiare che, contando sulla qualità e sulla professionalità degli operatori, può rilanciare l'economia dei territori liguri coinvolgendo soprattutto l'entroterra.

- A favore dell'agriturismo e del **turismo rurale** in genere sono stati stanziati nel 1998 6 miliardi per il recupero di vecchi fabbricati a fini ricettivi. Il Consiglio regionale ha stanziato nel 1999 1 miliardo e 600 milioni a favore di imprenditori, enti pubblici, e scuole e approvato contributi per 1,3 miliardi erogabili ai comuni non costieri per realizzare interventi di allestimento, miglioramento e ristrutturazione di locande, camere affittate, campeggi e rifugi¹⁵. Tali fondi sono destinati alla valorizzazione oltre che del turismo nelle aree rurali, della tradizione dei mestieri antichi ed al recupero e la salvaguardia di percorsi escursionistici. I contributi in conto capitale sono concessi agli imprenditori nella misura del 50% della spesa ammissibile che non può superare il limite di 120 milioni, agli enti e alle associazioni sino all'80% della spesa ammissibile e sino ad un massimo di 100 milioni di spesa. Per le scuole è previsto un contributo di 60.000 lire per alunno che partecipi al viaggio – soggiorno nei luoghi interessati dai contributi. Complementare agli interventi diretti in campo turistico, la valorizzazione del comparto agroalimentare, della pesca e dei prodotti tipici liguri attraverso la diffusione di sistemi di qualità e di iniziative di informazione al consumatore ad opera della legge regionale n°36 del 6 dicembre 1999.

- Per quanto riguarda infine il fenomeno dell'**e-commerce** applicato al settore turistico, gli alberghi italiani, e quelli liguri non smentiscono la tendenza nazionale, si scoprono essere in ritardo sia per quanto riguarda l'attività di promozione on line che di servizio all'utente/consumatore attraverso l'uso attivo (ovvero la risposta a richieste di informazioni o prenotazioni) della posta elettronica: In Liguria tre operatori su quattro non rispondono a tali richieste¹⁶. Necessaria dunque un'azione mirata alla promozione dell'uso degli strumenti informatici e multimediali da parte degli operatori turistici liguri a beneficio della loro visibilità, e competitività a livello mondiale.

4.2 Flussi e tendenze regionali

Il turismo ligure viene identificato tradizionalmente come turismo balneare. Dall'analisi dei flussi per tipo di località emerge infatti che il 90% delle presenze è concentrato nelle

¹⁴ Cfr. Ricerca Eurisko condotta per conto di Costa Crociere.

¹⁵ Ex L.R. 22 del 1998.

¹⁶ V. indagine svolta da Trademark Italia.

località marine, il 7,2% nelle città d'arte e il 2% nelle località collinari. Nonostante il prevalere del turismo marino il fenomeno della stagionalità è piuttosto contenuto (59% di presenze nei mesi tra giugno e settembre). La domanda interna predilige il mese di agosto, più elastici gli stranieri che, oltre ad avere una maggiore consapevolezza delle opportunità di vacanza alternative a quella balneare, scelgono altri mesi dell'anno per effettuarli, ad eccezione del periodo da novembre a febbraio.

Gli andamenti dei flussi turistici attratti dalla Liguria non sembrano discostarsi molto quelli delle principali aree turistiche del paese. Generalizzata è difatti la dinamica flettente della componente nazionale a fronte di un aumento della componente estera. Ma da una lettura comparata dei piani promozionali di alcune regioni leader nel settore (v. Toscana ed Emilia Romagna), orientati alla massima diversificazione del prodotto turistico e dei mercati di sbocco, si evince che la Liguria si troverà a dover competere anche con tali regioni per mantenere la sua quota tradizionale di turismo balneare. Per quanto riguarda le tendenze nel comportamento della clientela, in Liguria si sono manifestate nell'arco dell'ultimo decennio, tendenze peraltro già presenti a livello internazionale. La clientela sembra essersi orientata su modalità temporali ed organizzative della vacanza via via sempre più omologate:

- frammentazione e riduzione del periodo di soggiorno con aumento del turismo dei fine settimana;
- diminuzione del numero di prenotazioni e maggiore affidamento a formule last - minute;
- sviluppo dei segmenti del turismo rurale, culturale e ambientale con particolare attenzione alle problematiche dell'inquinamento;
- crescente attenzione al rapporto qualità/prezzo;

Per quanto riguarda in particolare la domanda straniera, da evidenziare sono le esigenze rilevate dalla clientela tedesca che rappresenta ben il 40% delle presenze turistiche della nostra regione. Molto importante risultano tra queste i fattori legati all'ospitalità, alla sicurezza, alla pulizia dei luoghi di soggiorno, al clima ed all'offerta ambientale e naturalistica della località prescelta.

Da tali tendenze è dunque possibile ed auspicabile delineare precise strategie di intervento e promozione del prodotto Liguria.

Di seguito vengono presentati i dati relativi alla **domanda turistica** nella nostra regione divisi per arrivi e presenze, per provenienza dei consumatori (nelle due macro voci italiani e stranieri) e per tipologia ricettiva, alberghiera o extra alberghiera.

I dati regionali sull'andamento della domanda nazionale e non, relativa alla regione Liguria, si riferiscono ad un **arco temporale di medio periodo che va dal 1991 al 1998**.

Nelle tabelle e nei grafici sottostanti vengono indicati le cifre¹⁷ relative agli arrivi, sia per la componente straniera che per quella italiana, che mostrano un andamento pressoché simile nel quadriennio 1993-1996, caratterizzato da un tendenziale calo in arresto a partire dal 1997. Per quanto attiene invece le presenze, si può riscontrare una costante diminuzione nell'arco degli anni dal 1993 al 1997 per la componente straniera, meno marcata invece e più altalenante quella italiana.

ARRIVI

Anno	stranieri	italiani	totale
1991	1960000	2672372	4632372
1992	2063653	2780301	4843954
1993	1900320	2565883	4466203
1994	1934627	2670511	4605138
1995	1958162	2786928	4745090
1996	1905600	2741145	4646745
1997	1945561	2829660	4775221
1998	2002303	2914287	4916590

Fonte: Regione Liguria-Ufficio Statistica su dati ISTAT

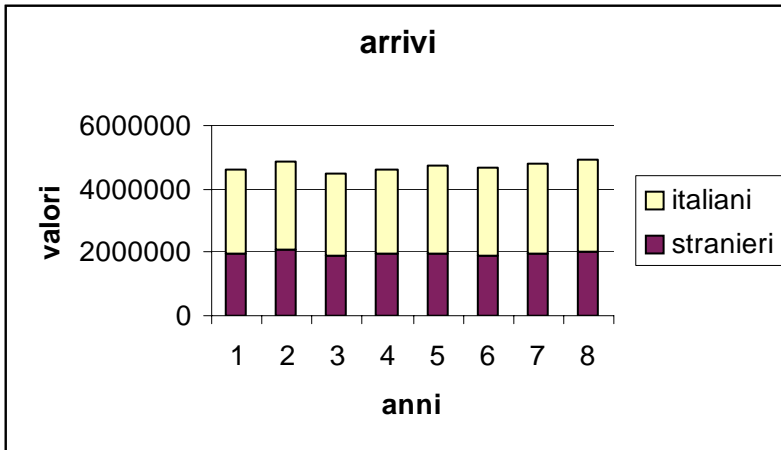
PRESENZE

Anno	stranieri	italiani	Totale
1991	9560851	12252830	21813681
1992	9873485	12569281	22442766
1993	9174696	11679550	20854246
1994	9053404	11900266	20953670
1995	8986727	12225020	21211747
1996	8556589	11850198	20406787
1997	8736083	11911561	20647644
1998	8978566	12220116	21198682

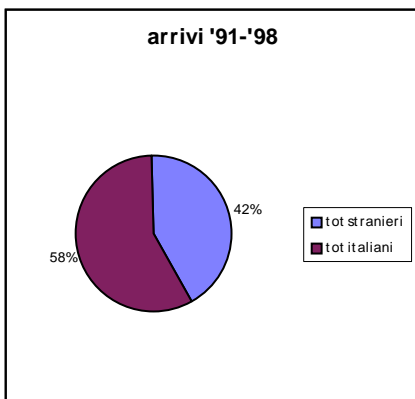
Fonte: Regione Liguria-Ufficio Statistica su dati ISTAT

Per quanto riguarda gli arrivi, il grafico sottostante, con l'ausilio dei dati precedenti, segnala una ripresa della domanda sia straniera che italiana a partire dal 1996 attestandosi a fine del '98 a livelli superiori rispetto a quelli di partenza. Gli stranieri rappresentano una buona percentuale.

¹⁷ Fonte Regione Liguria-Ufficio Statistica su dati ISTAT

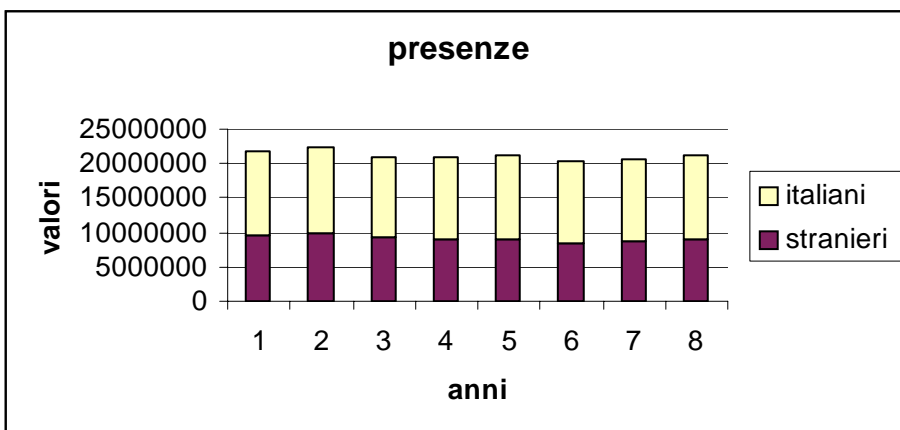


Elaborazione grafica su dati Regione Liguria-Uff. Stat./ISTAT



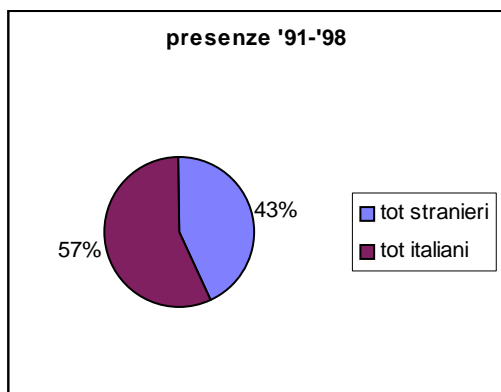
Elaborazione grafica su dati Regione-Uff. Stat./ISTAT

Per quanto riguarda le presenze, l'andamento riscontrato è di ripresa negli anni dal '96 al '98, ma, a differenza di quanto visto per gli arrivi, il dato del 1998 risulta inferiore a quello di partenza.



Elaborazione grafica su dati Regione Liguria-Uff. Stat./ISTAT

La componente estera in questo caso rappresenta ben il 43% della domanda.



Elaborazione grafica su dati Regione Liguria-Uff. Stat./ISTAT

Di seguito vengono presentati e commentati in maniera disaggregata i dati relativi all'intero periodo 1991-1997 e quelli relativi al biennio 1997-1998, in modo da poter fare un confronto tra l'andamento dei primi sette anni del decennio, piuttosto discontinuo e caratterizzato da flessioni, e quello relativo all'ultimo biennio disponibile, segnato invece da una crescita costante e progressiva.

A. Con riferimento all'intero periodo dal 1991 al 1997, i flussi turistici hanno mostrato un trend positivo sia per gli arrivi (+3.5%) che per le presenze (+1.7%) seppur in modo più contenuto¹⁸.

Andando ad analizzare in modo più analitico l'andamento nell'arco dei sette anni suddetti il risultato principale è una generale flessione relativa agli arrivi che alle presenze verificatasi in particolare tra il 1993 ed il 1997, anno in cui si intravede una ripresa sia per la domanda straniera che italiana. Il rapporto presenze arrivi si è mantenuto pressoché costante (con una durata media del soggiorno di 4,3 g.). La componente italiana è comunque la principale causa del calo generale della domanda, mentre l'incremento graduale della componente straniera non è bastato, in termini numerici a controbilanciare la perdita della quota italiana.

Per quanto riguarda la distinzione tra arrivi e presenze di italiani e stranieri negli esercizi ricettivi, la tabella sottostante mostra la variazione complessiva avuta tra il 1991 ed il 1997 nei differenti comparti. Questa risulta caratterizzata da un tendenziale aumento degli arrivi ed un calo delle presenze, il primo più accentuato relativamente al comparto alberghiero, in particolare ad opera della domanda straniera, il secondo fenomeno più accentuato per

¹⁸ V. Rapporto CONFCOMMERCIO Gennaio 1999, "Principali indicatori del mercato turistico" – Liguria - curato dal Centro Studi CONFCOMMERCIO.

la componente nazionale della domanda e sempre in misura maggiore relativamente al comparto alberghiero.

VARIAZIONE % MEDIA DEGLI ARRIVI E DELLE PRESENZE NEGLI ESERCIZI RICETTIVI						
	ITALIANI		STRANIERI		TOTALE	
	<i>ARRIVI</i>	<i>PRESENZE</i>	<i>ARRIVI</i>	<i>PRESENZE</i>	<i>ARRIVI</i>	<i>PRESENZE</i>
ALBERGHIERO	-0,2	-1,5	+3,7	+2,8	+0,9	-0,4
EXTRA ALBERGHIERO	+0,8	-0,8	+1,9	+0,5	+1,1	-0,5
TOTALE ES. RICETTIVI	-0,1	-1,3	+3,4	+2,4	+0,9	-0,5

Fonte: Elaborazione Centro Studi CONFCOMMERCIO dati ISTAT

Per quanto riguarda la provenienza dei turisti, pur rimanendo prevalente la componente nazionale, che ha registrato un incremento del 2,7% in termini di arrivi e del 3,4% in termini di giornate di presenza, può essere rilevata un'accelerazione degli arrivi stranieri (+5,4%), cui tuttavia si contrappone una flessione in termini di giorni di presenza (-3%). Tra i migliori clienti stranieri spiccano i tedeschi, che rappresentano ben il 41% della domanda estera, seguiti da svizzeri (10,7%), francesi (5,8%) e inglesi (+4,9%). Non è da trascurare l'aumento di nuova clientela di provenienza extra continentale, tra cui americani, australiani e canadesi, che ha avuto un'impennata a partire dal 1997.

PRESENZE STRANIERE NEL COMPLESSO DEGLI ESERCIZI RICETTIVI	
UNIONE EUROPEA	71%
ALTRI PAESI EUROPEI	18,5%
PAESI EXTRA EUROPEI	10,4%

Fonte: Elaborazione centro Studi CONFCOMMERCIO dati ISTAT

Le condizioni alla base della dinamica negativa registratasi sino al 1997 sono da ricercarsi nelle condizioni economiche generali dell'Italia che hanno comportato la contrazione dei consumi delle famiglie, soprattutto di quelli voluttuari.

L'involuzione del ciclo economico ha colpito particolarmente il segmento del turismo familiare con una contrazione dei periodi di soggiorno, inoltre, le variazioni nelle modalità temporali ed organizzative della vacanza hanno portato una perdita di turisti che hanno

scelto di trascorrere la “grande vacanza” (soprattutto estiva) fuori dai confini nazionali e l’aumento di domanda di soggiorni di breve durata da parte di un consumatore “dell’ultimo minuto”.

La tenuta ed il graduale aumento della domanda straniera è invece seguita alle ripetute svalutazioni della nostra moneta.

L’andamento positivo della domanda a partire dal 1997 risulta trainato dalla componente extralberghiera, soprattutto in riferimento alla domanda interna, mentre la componente alberghiera ha presentato un andamento meno vivace (2,8% di arrivi e 0,8% di presenze). Il soggiorno alberghiero risulta poi più corto rispetto a quello presso esercizi complementari, con una permanenza media pari a 4,8 giornate. Tuttavia, l’indice di utilizzazione alberghiera in Liguria supera, con il 47,6% netto, la media nazionale pari a 39,2 punti percentuali¹⁹. Dalla tabella sottostante si possono leggere i dati relativi alle presenze per tipologia di attività disaggregati per APT.

¹⁹ Da elaborazioni centro Studi CONFCOMMERCIO su dati ISTAT.

PRESENZE PER TIPOLOGIA DI LOCALITA'			
	italiani	stranieri	totale
ESERCIZI ALBERGHIERI			
Città d'arte	7,7	11,5	8,7
Località marine	89,9	86,0	88,8
Località collinari	1,7	1,6	1,6
ESERCIZI EXTRA ALBERGHIERI			
Città d'arte	1,6	3,9	2,2
Località marine	95,5	89,0	94,0
Località collinari	2,4	6,7	3,4
TOTALE ESERCIZI RICETTIVI			
Città d'arte	6,2	10,0	7,2
Località marine	91,2	86,6	90,0
Località collinari	1,9	2,6	2,1

Fonte dati APT

B. L'andamento generale del movimento turistico è positivo per il 1998 rispetto al 1997 con un incremento delle presenze intorno al 2,5% e degli arrivi di circa il 3%. In valore assoluto assistiamo nel '98 a quasi 3 milioni di arrivi, di cui oltre 900.000 stranieri, e a 12 milioni di presenze annue di cui 9 milioni italiane e 3 milioni straniere.

I flussi negli esercizi ricettivi durante i primi mesi dell'anno, nei confronti dei primi otto mesi dell'anno precedente, mostravano un incremento del 3,5% negli arrivi e di quasi 1 punto percentuale per le presenze. Se il turismo balneare ha mantenuto le posizioni tradizionalmente acquisite, il movimento turistico a Genova e nelle due Riviere ha presentato un trend positivo anche durante i mesi invernali e primaverili rispetto al periodo del 1997.

L'incremento degli arrivi stranieri supera, seppur di poco, quello degli italiani (oltre il 3% e quasi il 3% rispettivamente), mentre per le presenze si ha un andamento opposto: un incremento del 2,78% di turisti italiani e del 2% degli stranieri.

Vediamo nel particolare la variazione degli arrivi e delle presenze tra il 1997 ed il 1998 rilevata nelle APT liguri.

	PRESENZE		ARRIVI	
	ITALIANI	STRANIERI	ITALIANI	STRANIERI
RIVIERA DEI FIORI	1,50%	1,77%	1,29%	2,19%
RIVIERA DELLE PALME	2,28%	-0,67%	1,67%	-0,08%
GENOVA	5,59%	1,71%	3,77%	4,44%
TIGULLIO	4,00%	9,62%	5,68%	5,32%
CINQUE TERRE E GOLFO DEI POETI	5,11%	4,63%	5,96%	7,88%

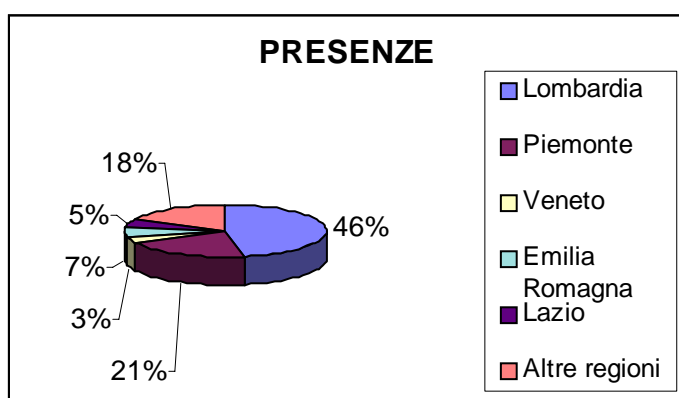
Fonte: dati A. P. T

Per quanto riguarda gli arrivi, i dati disaggregati per APT mostrano un leggero aumento per le province di Savona e Imperia. Nel caso della Riviera delle Palme si assiste ad un aumento dovuto alla sola componente nazionale a fronte di una sostanziale stazionarietà dei turisti stranieri. Le altre province sono invece interessate ad un più marcato incremento percentuale sia per i turisti nazionali che esteri, seppur con dati assoluti di partenza più bassi (nel '98 1.275.692 contro 1.638.595 arrivi della Riviera dei Fiori e delle Palme). Il maggiore incremento interessa le Cinque Terre, soprattutto in termini di arrivi stranieri, quello minore Genova.

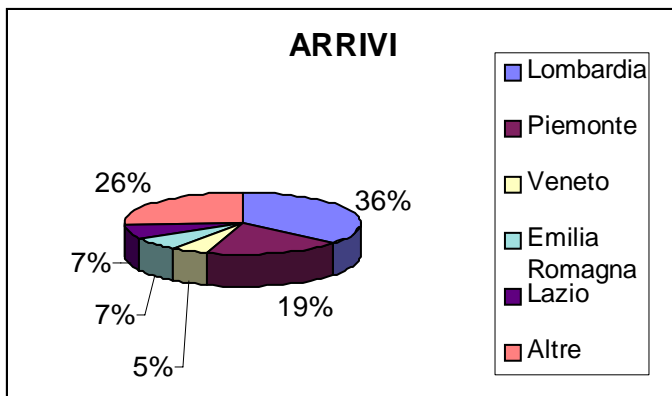
Per le presenze l'andamento è analogo: incrementi relativamente bassi per Savona e Imperia, più consistenti per le rimanenti due province che, come detto prima, partono però da valori assoluti più bassi. Di fatti, in valore assoluto si parla per il 1998 di 3 milioni di presenze nella Riviera dei Fiori e di sole 900.000 nelle Cinque Terre. L'APT del Tigullio presenta l'incremento più alto, soprattutto per gli stranieri, Genova quello più basso, sempre sotto la voce domanda straniera.

Per quanto riguarda la provenienza dei turisti che visitano la nostra regione dalle rappresentazioni sottostanti si può notare come la componente più consistente rimanga quella italiana proveniente, per la gran parte, dalle due regioni limitrofe, Lombardia e Piemonte che distaccano tutte le altre sia per arrivi che per presenze.

Altro dato interessante è la presenza di un turismo interno molto attivo. La Liguria si piazza difatti al quinto posto per arrivi e presenze.

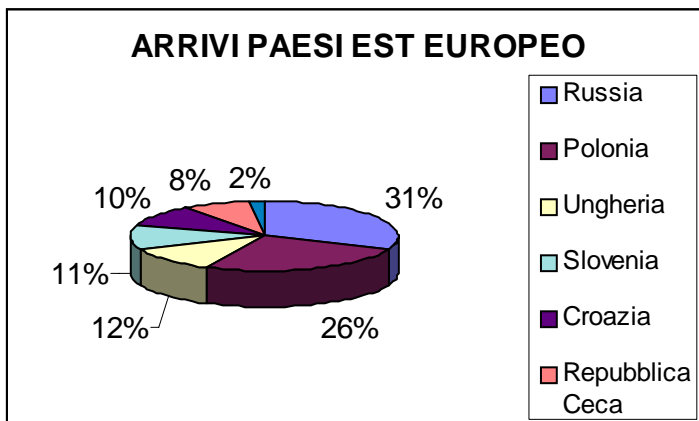


Fonte ILRES



Fonte ILRES

Un fenomeno, che seppur abbastanza limitato, rappresenta una tendenza di cui sembra doveroso tenere conto strategicamente, è la crescita della domanda proveniente dall'Est europeo: al primo posto è la Russia con il 31% degli arrivi seguito dalla Polonia con il 26%. Per le presenze si riscontrano dati analoghi mentre gli altri paesi risultano più distaccati.



Fonte ILRES

Gli effetti globali dell'andamento della domanda sulla bilancia turistica sono stati positivi. Si sono potuti osservare flussi valutari vivaci che hanno portato la voce "crediti" della bilancia del 1998 ad un incremento del 40% rispetto al '96 (incremento maggiore di quello medio nazionale) con un conseguente aumento del saldo di oltre 340 miliardi di lire.

Tra il 1997 la spesa degli stranieri è aumentata dell'11%, mentre la spesa dei residenti all'estero è calata del 2,3% in media all'anno. Il saldo è dunque cresciuto superando nel '97 gli 850 miliardi di lire.

I dati e le informazioni disponibili permettono di fornire **un'analisi sintetica dell'andamento della domanda nelle singole province**, ancora una volta rimandando l'analisi della Provincia della Spezia al capitolo successivo.

Imperia

Tra le quattro province è quella che fa registrare una flessione nelle presenze alberghiere più alta. Una serie di fattori concomitanti hanno appannato l'immagine da tempo consolidata della Riviera dei Fiori in particolare emerge la perdita di attrattività dell'area a favore della vicina Costa Azzurra con conseguente contrazione delle strutture alberghiere e del numero dei posti letto e con un calo della domanda nel segmento climatico - invernale. In diminuzione anche il ruolo catalizzatore di San Remo e, in generale, dell'estremo Ponente che ha fatto registrare le dinamiche più negative. Il calo della componente italiana è dovuto in primis alla crisi economica che ha contratto i consumi voluttuari. Tale calo ha investito anche la quota di domanda fidelizzata, ovvero di provenienza lombardo - piemontese che ha sempre rappresentato lo zoccolo duro del turismo del ponente ligure e che si è orientata verso la Costa Azzurra. Quest'ultima, difatti, presenta un'immagine riferita all'arredo urbano, alla pulizia delle strade, alla segnaletica, all'illuminazione e alla presenza di percorsi turistici sicuramente più attraente rispetto alla contigua Riviera dei Fiori.

Altro elemento penalizzante per tale area è stata la contrazione del numero delle aziende alberghiere e la graduale trasformazione di molti esercizi in abitazioni private. Con riferimento alle modalità di vacanze prescelte dai consumatori, è emersa la diminuzione del turismo individuale, che costituisce poi la clientela più redditizia, mentre i gruppi organizzati, che dunque risultano prevalenti, si indirizzano a soggiorni in albergo limitati alla formula bed and breakfast o mezza pensione.

La tendenza poi a distribuire i soggiorni lungo l'intero arco dell'anno ha sia incrementato il turismo del fine settimana che concentrato l'alta stagione al solo mese di agosto con relativa riduzione del periodo di permanenza media.

Anche il comparto extra alberghiero evidenzia una contrazione rilevante sia per la componente italiana che straniera.

Il fenomeno della contrazione della domanda può dunque essere riportato ad un mix di fattori quali la diminuzione delle strutture ricettive e dei posti letto, al livello qualitativo

basso delle strutture ricettive stesse, all'insufficiente promozione delle attrattive storico culturali e naturali della provincia²⁰.

Per quanto riguarda la variazione della domanda relativa ai due comparti, alberghiero ed extra alberghiero, nell'ultimo anno disponibile, con riferimento all'anno precedente, si può rilevare, come indica la tabella sottostante, un aumento negli arrivi sia italiani che stranieri, più accentuato per la componente straniera e in particolare nel comparto alberghiero, più ridotto per quella italiana addirittura in leggero calo nel comparto extra alberghiero. Per quanto riguarda le presenze, risultano invece in calo nel comparto alberghiero, sia per la componente italiana che straniera della domanda, ma in forte crescita nell'extra alberghiero. Spicca la componente di domanda straniera con un incremento dell'8% rispetto all'anno precedente e contro un +1% di incremento di presenze italiane.

Imperia

	Variazione '98/'99	
	stranieri	italiani
arrivi		
Alberghiero	2,25%	0,95%
Extra alberghiero	1,83%	-0,18%
presenze		
Alberghiero	-0,09%	-0,03%
Extra alberghiero	8,17%	1,14%

Fonte: Elaborazione Ufficio Statistico Regione Liguria dati ISTAT

Savona

La provincia di Savona, diversamente da quella di Imperia, presenta un calo contenuto delle presenze alberghiere e, nel complesso, performance meno negative rispetto a quelle registrate nelle altre aree. Il fenomeno è molto probabilmente dovuto alla presenza di uno "zoccolo duro" di domanda costituito da un turismo fidelizzato di tipo familiare, dalla crescita di soggiorni brevi e di turismo del fine settimana, da un soddisfacente rapporto qualità prezzo, dalla tenuta del turismo climatico – invernale e dal tentativo attuato nell'affermare nuovi prodotti quali escursionismo e sport.

La diminuzione delle presenze alberghiere si è verificato principalmente nel triennio 1990-1993, mentre tra il 1994 ed il 1995 si è potuto assistere ad una ripresa che cessa nuovamente a partire del 1996 (6,3 g. in media). Tale diminuzione è avvenuta di pari

²⁰Elaborazioni ILRES dati APT.

passo con quella degli arrivi, ciò testimonia la capacità dell'area di mantenere i flussi turistici sul proprio territorio.

Oltre alle motivazioni valide per l'intera regione che si possano apportare a giustificazione di tale calo, ovvero l'involuzione del ciclo economico e modificazioni di carattere temporale ed organizzativo della domanda, vi sono motivazioni peculiari della domanda presente nella provincia ad oggetto.

Tra queste va rilevata l'elevata incidenza del turismo di tipo familiare, il bacino di utenza relativo è rappresentato dal Piemonte e dalla Lombardia e la presenza di una clientela ad alto grado di fedeltà e tradizionale in termini di aspettative connesse alla vacanza.

Tra il 1990 ed il 1996 si è registrato un calo nelle presenze italiane, principalmente relativo al comparto alberghiero, mentre in crescita è risultata la componente estera con particolare riferimento alle presenze nel comparto extra alberghiero²¹.

Facendo riferimento a dati più recenti, ed in particolare alla variazione di arrivi e presenze riscontrato nel 1999 rispetto all'anno precedente, risulta notevole l'aumento sia degli arrivi che delle presenze nel comparto extra alberghiero particolarmente rilevante per il segmento di domanda straniera. Come si può notare dalla tabella sottostante, l'incremento suddetto è più contenuto per la componente italiana, mentre in leggero calo risultano sia arrivi che presenze nel comparto alberghiero, con l'unica eccezione per la componente straniera delle presenze alberghiere.

Savona

	Variazione '98/'99	
	stranieri	italiani
Arrivi		
Alberghiero	-1,54%	-0,97%
Extra alberghiero	12,40%	5,35%
Presenze		
Alberghiero	2,83%	-1,40%
Extra alberghiero	15,10%	4,50%

Fonte: Elaborazione Ufficio Statistico regione Liguria dati ISTAT

L'insieme delle considerazioni sopra esposte consentono di formulare ipotesi su obiettivi e strategie da adottare per lo sviluppo turistico dell'area che, dal punto di vista della domanda, devono guardare al mantenimento dei segmenti esistenti ed all'aumento della

²¹ Elaborazioni ILRES dati APT.

clientela sia a livello quantitativo sia a livello di nuovi segmenti di domanda. Con particolare riferimento al mantenimento della domanda straniera, i risultati saranno in funzione della capacità attrattiva complessiva dell'area una volta venute a mancare le convenienze economiche legate al rapporto lira/valute straniere.

Genova

Una lettura dei dati statistici sulla domanda turistica di questa provincia relativa al decennio appena conclusosi deve tenere conto di una dinamica caratterizzata da un calo avvenuto nel triennio 1990-1993 e da una ripresa negli anni successivi. Il capoluogo ha accusato perdite rilevanti di presenze alberghiere recuperati, quasi interamente, negli anni successivi, mentre nel Golfo Paradiso e nel Tigullio si è constatata la capacità di attrarre flussi stranieri e di rinnovare quantitativamente e qualitativamente le strutture ricettive. Le determinanti del trend flettente del capoluogo sono da ricondurre ad una forte contrazione del turismo di affari e congressuale mentre, a partire dal 1994, il successo dell'Acquario ha avuto benefici influssi sulla riaffermazione turistica della città.

Come accade su tutto il territorio regionale anche per Genova si possono rilevare dinamiche opposte tra la componente straniera e quella nazionale. Sono soprattutto le presenze a riflettere tale tendenza con una diminuzione delle presenze alberghiere italiane del 21,7% circa contro un aumento del 28,3% di quelle straniere. A fronte di una domanda, che nonostante differenziazioni a seconda delle zone, presenta segnali di recupero rispetto agli inizi degli anni '90, emergono, secondo una tendenza affermata sia a livello regionale che nazionale, variazioni nei tempi e nelle modalità di fruizione della vacanza.

Il turismo del fine settimana la fa sempre da padrone per tutto l'arco dell'anno ed aumenta inoltre l'incidenza del turismo organizzato favorito dalla nascita di strutture ricettive di maggiori dimensioni. Nonostante la prevalenza di un prodotto legato al mare, la tipologia di clientela appare comunque differenziata tra segmento balneare, culturale, congressuale, fieristico e del divertimento. Da rilevare anche il consolidamento del turismo climatico – invernale che interessa l'area costiera da Nervi a Sestri Levante. Per avere una rapida panoramica delle principali zone della provincia, si può dire che il Ponente ha ottenuto come risultato finale nell'arco del decennio un incremento delle presenze, e non solo straniere, grazie all'aumento ed alla riqualificazione delle strutture ricettive. Il Tigullio ha fatto riscontrare trend molto differenziati tra le varie località, ma nel complesso ha molto sofferto gli effetti della crisi economica. Si possono rilevare flessioni nelle presenze

alberghiere, anche sul fronte estero, ad eccezione sia di Portofino che di S. Margherita, Rapallo e Sestri Levante che hanno visto aumentare la componente estera di domanda. Con riferimento all'intera provincia, al suo interno molto differenziata, in generale si può notare una segmentazione della domanda non più tradizionalmente riferita al solo turismo balneare e climatico - invernale che è anzi in calo.

I dati sotto esposti, relativi al 1999 in rapporto all'anno precedente, testimoniano dunque la tendenza di fine decennio ovvero quella di un aumento della componente straniera sia per quanto riguarda gli arrivi che le presenze (seppure queste ultime in maniera inferiore) ed una sensibile diminuzione di quella italiana, con dati fortemente negativi relativamente alle presenze italiane nell'extra alberghiero.

Genova

	Variazione '98/'99	
	Stranieri	italiani
Arrivi		
Alberghiero	5,40%	-0,55%
Extra alberghiero	5,75%	-2,40%
presenze	Stranieri	italiani
Alberghiero	3,65%	-2,09%
Extra alberghiero	3,58%	-7,06%

Fonte: Elaborazione Ufficio Statistico regione Liguria dati ISTAT

Dunque, la provincia di Genova, che ha accusato nell'arco degli anni '90 un calo dei flussi turistici dovuta in primo luogo alla flessione della componente italiana, negli ultimi anni del decennio presenta un sensibile recupero dovuto però alla sola domanda straniera.

4.2.1 Trend 1999 – 2000

Nel 1999 il turismo italiano è investito dal trend di crescita avviatosi a partire dal 1996. Le prime proiezioni confermano infatti un'ulteriore incremento della domanda complessiva rispetto al 1998, in particolare in alcune aree tra cui l'Alto Tirreno e la Liguria.

Le cifre ufficiali parlano, a livello nazionale, di 70 milioni circa di arrivi e di circa 300 milioni di presenze (concentrati nei mesi estivi da luglio a settembre).

Per la Liguria, l'Ufficio Studi locale della Banca d'Italia rileva, dai dati aggiornati per il 1998, 3.372.000 arrivi (+2,95% l'aumento), di cui 1.062.000 stranieri (+4,10%), e 15.717.588

presenze (+0,96%) di cui 4.022.743 straniere (+1,37%). Le giornate di presenza media sono 4,76²².

Dal Rapporto sull'economia italiana redatto dal centro Studi Confcommercio, emerge un consuntivo del 1999 relativo al settore turistico soddisfacente, soprattutto dal punto di vista delle giornate di permanenza media dei turisti negli esercizi ricettivi. Rispetto al 1998 risultano aumentate le presenze alberghiere e soprattutto quelle extra alberghiere (campeggi e villaggi turistici) ed i volumi d'affari di agenzie di viaggio e dei pubblici esercizi. La Liguria e con essa tutto il Nord Ovest si attesta su risultati a livello di media nazionale, leggermente inferiori per quanto riguarda arrivi e presenze italiane. Considerando poi l'andamento dei pubblici esercizi, ed in particolare degli stabilimenti balneari, emerge per la Liguria un decremento dell'1,5% delle presenze in tali strutture ricettive, a significare l'esigenza di differenziazione dell'offerta della nostra regione²³.

Per quanto riguarda le attese per il primo trimestre del 2000, gli operatori del Nord Ovest esprimono un giudizio piuttosto cauto rispetto agli operatori del Centro e del Sud d'Italia prevedendo una tendenza alla stabilità rispetto allo stesso periodo del '99. Secondo le proiezioni effettuate dal Ciset, invece, la congiuntura economica più positiva sia in Europa che a livello nazionale dovrebbe portare un incremento sia negli arrivi esteri, anche extra europei, che nazionali e sarebbero proprio le località balneari, insieme alle località agri - turistiche ed alle città d'arte ad essere interessate da un aumento dei flussi²⁴.

Ancora una volta, dunque, arrivano per la nostra regione segnali di un'esigenza di potenziamento del complesso delle risorse a disposizione e di loro integrazione per soddisfare una domanda sempre più variegata ed esigente.

4.3 Quadro normativo

In relazione a quanto precedentemente detto in materia di interventi nei vari comparti del settore turistico, vediamo le fonti normative cui essi possono essere riferiti.

Dal **Documento Unico di Programmazione Obiettivo 2, 2000-2006** della Regione Liguria si possono leggere le priorità della politica di riconversione, a sostegno e rafforzamento del sistema economico, accompagnata da importanti interventi ambientali e di riqualificazione del territorio nel cui quadro si inseriscono interventi specifici per il settore turistico.

²² Cfr. Bollettino Statistico Regione Liguria, n°6/1999.

²³ dati SIB – sindacato italiano Balneari elaborati dalla federazione Italiana Pubblici Esercizi.

²⁴ Cernobbio, 31 marzo –1/2 aprile, presentazione Rapporto sull'economia italiana a cura del Centro Studi Confcommercio.

- Asse 1 “Sviluppo e rafforzamento del Sistema Produttivo”: possono beneficiare di prestiti anche le PMI turistiche sotto il quadro dell’Azione 1.2 – Aiuto agli investimenti delle PMI – in ordine alla Sottomisura A, secondo la quale possono essere richieste agevolazioni da parte di PMI turistiche esistenti finalizzate allo sviluppo delle attività di produzione/servizio, e nel quadro dell’Azione 1.3 – Servizi Finanziari – che istituisce, alla Sottomisura A, un Fondo per l’erogazione di prestiti partecipativi a PMI e per l’assunzione di partecipazioni di minoranza nel loro capitale sociale da parte di società a prevalente partecipazione pubblica, con piccole e medie imprese, singole e associate, anche turistiche costituite in forma di società di capitale, come beneficiarie ultime. Alla Sottomisura B viene invece costituito un fondo di garanzia fidi al fine di agevolare l’accesso al credito delle PMI turistiche e di altra natura.

- Asse 2 “Sviluppo, rafforzamento e riqualificazione del Sistema Portuale”: l’Azione 2.1 – Riqualificazione delle aree portuali – supporta la realizzazione ed il recupero di infrastrutture portuali ed al servizio del porto orientate al miglioramento della qualità e della competitività dello scalo e dei servizi collegati a fini turistici finanziando, tra gli altri, progetti volti alla valorizzazione delle aree portuali avendo come beneficiari gli Enti portuali, la Regione Liguria e società miste a maggioranza pubblica (con un contributo dell’80% delle spese ammissibili del progetto) mentre l’Azione 2.2 favorisce la valorizzazione a fini turistici delle aree portuali orientata alla crescita qualitativa delle attività turistiche nel quadro di un loro sviluppo sostenibile a fini turistici e vede tra i beneficiari dei finanziamenti di progetti volti a tale scopo le PMI e i loro consorzi.

- Asse 4 “Qualificazione del Territorio”: sono previste tre azioni mirate al settore in oggetto. L’azione 4.1 a favore di attività di promozione turistica attraverso attività di animazione (campagne promozionali, partecipazioni a workshop internazionali, organizzazione di incontri tra tour operator) anziché di interventi diretti alle imprese avvalendosi dell’Azienda di Promozione Turistica “In Liguria” e delle APT. L’azione 4.2 per il potenziamento e la valorizzazione delle infrastrutture di interesse turistico culturale e sociale con interventi a prevalente carattere edilizio sul patrimonio storico e architettonico volti a recuperare le opere presenti, adeguare le infrastrutture turistiche complementari e gli impianti per lo svolgimento di attività ricreative e realizzare/ampliare gli itinerari tematici naturalistici e culturali tramite un contributo pubblico del 60% per soggetti sia pubblici (Enti locali, società miste a maggioranza pubblica) e privati (PMI e organizzazioni No Profit). L’azione 4.4 mirante a favorire l’integrazione tra imprese di un’area definita in aggregazioni consortili di PMI artigianali, turistiche e commerciali ed il coordinamento di interventi di riqualificazione

ambientale e produttiva dell'area considerata (Centri di Via) attraverso aiuti agli investimenti a titolo di regime "de minimis" in misura non superiore al 50% delle spese ammissibili.

- Nel quadro dell'Asse 5 "Sostegno transitorio per le zone phasing out", l'Azione 5.1 - Aiuto agli investimenti delle PMI- si propone di favorire lo sviluppo di imprese operanti nell'area di intervento attraverso incentivi agli investimenti (contributo a fondo perduto a titolo di regime "de minimis" in misura del 30% della spesa d'investimento ammissibile e comprendente qualsiasi altro intervento pubblico sino ad un limite massimo di 100.000 Euro per tre anni) rivolti anche alle PMI turistiche, singole o associate. L'Azione 5.2, nell'ambito della Sottomisura B, è volta a potenziare o creare mete turistiche attrattive e sostenere così occupazione diretta o indotta nelle aree protette. Verranno redatti a tal fine piani integrati relativi a parchi e aree protette per la realizzazione di infrastrutture di accoglienza e di servizio alle attività escursionistiche e di recupero di edifici e nuclei di interesse storico o ambientale mediante un contributo pubblico dell'80% affidato e gestito dalla Regione e dagli Enti parco e attribuito mediante Bando di concorso.

Il ministero dell'Industria, sempre nel quadro dei contributi comunitari, ha proposto al Consiglio europeo, insieme ad altri paesi membri interessati, di inserire il turismo tra le politiche comunitarie in modo che siano stanziati fondi ad hoc, differenziati dai fondi strutturali, il cui impiego in tale settore non è sempre visto di buon occhio dalla Ue. Con il P.O.M sono stati inoltre finanziati una serie di progetti per il turismo culturale volti alla creazione ed al miglioramento infrastrutture ricettive e ricreative nei siti di interesse turistico.

Passiamo ora in rassegna le **normative regionali** basilari per la regolamentazione dell'offerta turistica.

Da citare in prima istanza il programma per l'anno 2000 di attuazione del **piano turistico quinquennale** approvato dalla Giunta regionale con delibera n. 1615 del 23 dicembre 1999.

Tale strumento è stato adottato tramite la Legge Regionale di riordino dell'organizzazione turistica e di ristrutturazione degli enti (L.R. n.3 del 9 gennaio 1995). Tale norma ha avuto il compito di razionalizzare l'organizzazione turistica regionale disciplinata dalla legge 7 settembre 1988 n.50 attraverso lo snellimento degli organi, la semplificazione delle procedure, l'adeguamento delle funzioni alla realtà turistica regionale e la modificazione

degli ambiti turistici. Essa ha definito le funzioni della Regione (programmazione e coordinamento delle iniziative di promozione e delle attività turistiche, promozione dell'immagine e dell'offerta complessiva della regione, predisposizione di progetti speciali con l'Enit, altri organismi, altre Regioni italiane e Stati membri Ue, gestione dell'Osservatorio turistico ed altre attività necessarie e/o a carattere straordinario), le modalità di programmazione, ha istituito l'Agenzia di promozione turistica della Liguria e riordinato funzioni e organi delle APT e dei IAT(Uffici di informazione ed accoglienza turistica), definito gli ambiti turistici e determinato i criteri per la loro modificazione, ha istituito l'Osservatorio turistico regionale ai fini di un'aggiornata informazione di operatori ed enti operanti nel settore sulla domanda e la relativa offerta turistica con lo scopo di intervenire per lo sviluppo del mercato regionale.

Nel programma annuale vengono indicati i progetti da realizzare, aggregati per segmenti tematici, e le risorse finanziarie da utilizzare, in parte direttamente dalla regione, in parte destinati agli enti ed alle Agenzie di promozione turistica e all'Agenzia regionale "In Liguria".

Le risorse stanziare per l'anno 2000 ammontano a 24 miliardi ripartiti tra attività di investimento in progetti di investimento di diversa natura da parte della Regione(6 miliardi), funzionamento dei soggetti turistici pubblici (9 miliardi) e attività di promozione realizzate da Regione, Agenzia e APT (7 miliardi circa). Tra i progetti previsti da sottolineare l'assegnazione di incentivi a strutture ricettive previa definizione delle graduatorie di priorità ed elaborazione di un testo legislativo che riunisca i regimi di aiuto a fondo perduto e in conto interessi rivolti alle imprese ed estesi ad enti locali e turistici sub - regionali. Ai 24 miliardi stanziati dal programma annuale si potranno aggiungere ulteriori finanziamenti riservati agli interventi in campo turistico provenienti dall'Obiettivo 2, programmazione 2000-2006, ancora in corso di definizione.

Per quanto riguarda le **APT**, la precedente legge attribuisce dunque a questi organismi funzioni rilevanti in materia di promozione dell'immagine unitaria dell'offerta turistica della Liguria, di analisi dei dati di mercato, di assistenza agli operatori ed ai soggetti pubblici e privati, di redazione ed attuazione dei piani e dei programmi triennali di promozione turistica in coerenza con gli obiettivi proposti in sede di programmazione regionale. Con legge regionale del 27 marzo 1998 n.15 è stata inoltre costituita l'**Agenzia di promozione turistica "In Liguria"**, un ente dotato di personalità giuridica di diritto pubblico, di autonomia patrimoniale e gestionale che svolge, ricercando strategie comuni alle Camere

di commercio ed ai vari soggetti pubblici e privati interessati allo sviluppo turistico della regione, i compiti previsti dall'art.4, comma 3, della L.R. n.3/95, che sono poi i compiti affidati alle APT. L'Agenzia assolve inoltre funzioni aggiuntive rispetto a quelle delle Aziende di promozione turistica. Essa ha difatti il compito di redigere ed attuare (anche in collaborazione con le APT) i piani annuali ed i programmi di promozione turistica triennale, contenenti gli indirizzi di medio termine della propria azione con riferimento ai compiti per essa previsti ed in coerenza con gli obiettivi individuati dalla programmazione regionale. All'Agenzia è poi affidata la gestione dell'Osservatorio turistico regionale previsto dall'art.24 della L.R. 3/95.

Per quanto riguarda la **regolamentazione dell'offerta ricettiva**, alberghiera e non, norme rilevanti sono la **L.R. 17/2000**, che abroga le leggi regionali in materia di interventi in conto capitale a sostegno delle strutture turistico – ricettive (n. 38/76) e di incentivazione delle stesse (n.48/83), e la **n.19 del 17 marzo 2000** che ridefinisce gli incentivi per la qualificazione e lo sviluppo dell'offerta turistica accordati alle PMI del settore, singole o associate, e agli Enti locali, alle Aziende di Promozione Turistica e all'Agenzia regionale di promozione turistica. Tali incentivi si sostanziano in contributi a fondo perduto (per l'allestimento, l'acquisto, l'ampliamento o il miglioramento di strutture ricettive o di servizi complementari), in contributi in conto interessi (per la realizzazione di nuove strutture, la ristrutturazione, l'ampliamento di strutture già esistenti, la creazione e la qualificazione di strumenti e attrezzature complementari alla ricettività) e in garanzie fideiussorie con le quali la Regione può assistere gli operatori ammessi ai precedenti incentivi. Per ciascuna tipologia vengono determinati dalla suddetta norma i soggetti beneficiari, i limiti dei finanziamenti erogabili, le modalità di richiesta, erogazione ed eventuale deroga degli stessi.

Separata la disciplina delle **strutture ricettive extralberghiere**, contenuta nella **L.R. n.13/1992** integrata dalla più recente **n. 5/2000**. Innanzi tutto sono considerate strutture extralberghiere gli ostelli per la gioventù, le case per ferie, i rifugi alpini ed escursionistici, affittacamere, case e appartamenti per vacanze, alloggi agrituristici e mini aree di sosta. Per ognuna delle suddette tipologie le leggi sopracitate esplicitano la definizione delle caratteristiche, i requisiti tecnici ed igienico – edilizi e gli obblighi amministrativi necessari allo svolgimento dell'attività ricettiva. Per gli agriturismi la definizione degli alloggi, la determinazione delle loro caratteristiche nonché la fissazione dei requisiti tecnici e degli

obblighi amministrativi sono regolati dalla **L.R. n. 39/1989**. L'autorizzazione all'esercizio delle strutture ricettive citate è rilasciata previo accertamento della sussistenza i requisiti relativi alla struttura ed i requisiti soggettivi relativi al titolare. Sempre al Comune di appartenenza è delegata la potestà di sospensione o revoca dell'autorizzazione.

La **legge regionale del 28 gennaio 2000 n.5** integra la precedente inserendo i servizi di alloggio e prima colazione denominati "bed and breakfast" tra gli esercizi di affittacamere chiarendone le differenze tra queste due tipologie ricettive. Dall'art. 13 bis, che fornisce la definizione di tale attività ricettiva a conduzione familiare ("attività esercitata da privati a carattere saltuario avvalendosi della propria abitazione e dell'organizzazione familiare per fornire alloggio e prima colazione ai turisti") e determina i requisiti dell'alloggio e del vitto offerto, si può difatti dedurre che nel caso dell'affittacamere, diversamente da quanto avviene per la formula bed and breakfast, il proprietario può affittare locali di edifici in cui non dimora. Anche tale attività può essere esercitata previa concessione di apposita autorizzazione da parte dei Comuni (e senza l'obbligo di iscrizione alla Camera di commercio) che inoltre possono dotarsi di un regolamento in cui vengono specificati i requisiti richiesti a livello comunale. Il primo regolamento adottato in Liguria è stato quello del Comune di Genova che è poi servito da modello al piccolo Comune di Borghetto Vara che lo ha approvato alla fine del mese di marzo.

Da citare infine le nuove regole della Regione Liguria per le **professioni turistiche** adottate con la legge regionale n. 44 approvata il 23 dicembre '99 dal Consiglio. Tale norma disciplina le professioni turistiche indicando il settore d'azione, i requisiti e le modalità per l'esercizio delle attività. Le professioni ad oggetto, guida turistica, ambientale – escursionistica e accompagnatore, sono esercitabili previa acquisizione di un apposito attestato di idoneità rilasciato dalla Provincia competente in seguito all'avvenuta frequenza di appositi corsi di formazione ed al superamento del relativo esame.

CAPITOLO 5 – IL TURISMO NELLA PROVINCIA DELLA SPEZIA

A cura di: Massimiliano Curletto

5.1 Il quadro provinciale

La consapevolezza delle potenzialità turistiche dell'area è andata sempre più rafforzandosi nelle coscienze degli operatori sia pubblici che privati del settore, testimoniata dalle iniziative che, efficacemente o meno, sono state effettuate in questi ultimi anni.

È ormai chiaro che l'offerta turistica di un'area deve comunque cercare di porsi sul mercato mediante una propria differenziazione e specializzazione.

Una tale operazione può essere effettuata o facendo riferimento a nuovi mercati per prodotti vecchi, o ricercando nuovi prodotti per mercati vecchi; la novità di un prodotto può anche manifestarsi in una gradazione delle componenti che lo costituiscono, o comunque in un'ottica sistemica d'area o località. Ciò significa che il prodotto deve differenziarsi attraverso "la valorizzazione e l'integrazione del mix di peculiarità ambientali, culturali, folkloristiche, gastronomiche, infrastrutturali presenti in una data area²⁵".

È in una tale ottica che deve quindi essere impostata ogni strategia che sia volta ad aumentare la competitività e visibilità sul mercato di un prodotto turismo, ancor prima e con valenza prevalente rispetto a politiche di contenimento di costi e prezzi che, per loro natura, hanno validità nel breve periodo, esaurendo ben presto i loro effetti.

Per quanto riguarda quindi l'ampliamento della gamma dei prodotti offerti sul territorio, gli interventi fino ad ora attuati sono stati volti sia a creare nuovi prodotti, sia a valorizzare quelli esistenti.

Il turismo culturale, decisamente recente nel panorama del capoluogo, ha assunto dimensioni importanti in relazione alla realizzazione del Museo Lia, opportunamente promossa dalla amministrazione pubblica e che ha riscosso un buon successo.

Per il futuro la creazione di una nuova Pinacoteca e soprattutto l'ampliamento del Museo Navale dovrebbero favorire ancor di più lo sviluppo di una tale tipologia di turismo nel panorama cittadino; molto interesse viene riservato alla realizzazione del Museo militare, in una zona dell'Arsenale non strategica, sia in considerazione della connotazione della città della Spezia come punto di riferimento importante storico e culturale del mondo

²⁵ ILRES – OSE: "Turismo in Liguria" X Rapporto

militare del Paese, che le assicura visibilità e quindi sicura risposta ad una tale iniziativa, sia in riferimento alle analoghe esperienze europee con positivi risultati (ci si vuole riferire al British Imperial War Museum di Londra e all'Arsenale di Vienna).

In prospettive di breve periodo, sempre nel capoluogo, sono previste la valorizzazione e ulteriore recupero di siti architettonici e archeologici in città, quali il castello San Giorgio, ma anche una ridefinizione architettonica del centro storico nel suo complesso, con razionalizzazione e maggior vivibilità delle piazze cittadine.

D'altronde ormai consolidata è l'attrazione culturale archeologica esercitata da Luni, in grado di connotare la Provincia anche di quel tipo di turismo culturale capace di attrarre, in maniera più efficace, i turisti che della cultura fanno una delle loro ragioni principali di visita del nostro Paese, quali statunitensi, francesi e giapponesi.

Ancora nel comune di Sarzana, nella Val di Magra, le attività di questi ultimi anni sono proseguite nella valorizzazione del patrimonio architettonico, in particolare le due Fortezze medievali, della Cittadella e Sarzanello, restaurandole e aprendone la visita al pubblico anche in giorni feriali; in questo ambito si inserisce l'elaborazione da parte dei Comuni della Val di Magra, e quindi Sarzana, di un Piano Integrato per lo Sviluppo dell'occupazione, finanziato a valere sull'Azione 7.2 del DOCUP Regione Liguria, il quale, per quanto riguarda il turismo, pone a fondamento delle azioni la ricerca di siti da valorizzare turisticamente, nell'ottica di compenetrare l'elemento turistico con quello culturale ed ambientale.

Sarzana è anche sede di una importante manifestazione fieristica dell'antiquariato denominata "Soffitta in Strada" che, allo scopo di destagionalizzare i flussi turistici dei visitatori, viene svolta non solo nei mesi estivi, come originariamente, ma anche ripetuta nelle festività di Pasqua e Natale.

Da segnalare, nell'ambito di un turismo culturale volto a valorizzare anche gli aspetti naturalistici e etnici di ogni area, l'iniziativa, a regia Regionale, Assessorato alla Cultura e Turismo, relativa alla creazione di Parchi Culturali, delimitando itinerari e mettendo in risalto il paesaggio che ha ispirato scrittori, poeti e pittori.

Nell'area provinciale della Spezia il Parco Culturale Lerici – Golfo dei Poeti, ed il Parco Val di Magra – Terra di Luni cercano di offrire al turista di qualità la possibilità di apprezzare ogni aspetto dei siti visitati, con la creazione di percorsi attrezzati, guide letterarie, creando anche le competenze necessarie perché ciò possa essere offerto (corsi di formazione ad

hoc fra i cui destinatari i soci delle cooperative giovanili già operanti sul territorio), sempre nella consapevolezza che un Parco Culturale non è solo letterario, con l'ideazione quindi di itinerari gastronomici , artistici, in tutte le sue manifestazioni, e naturalistici.

Per quanto riguarda il **turismo congressuale** alla Spezia l'offerta ha conosciuto un recente miglioramento con la realizzazione presso il Jolly Hotel di una sala con circa 1.000 posti, cui si devono aggiungere, meritando di essere citate, le strutture presenti presso Porto Lotti, 400 posti, ed il Centro di eccellenza di Bellavista, Lerici, con una sala conferenze modulare di 140 posti di capienza.

Un'importante progetto riguarda la realizzazione, nel capoluogo, di un albergo con annesso centro congressi; la struttura nel suo complesso dovrebbe prevedere, oltre a servizi quali ristorante, bar e palestra, una sala congressi con circa 1.000 posti ed una parte ricettiva di 200 camere. La sua ubicazione, individuata all'interno delle aree dismesse IP, implica problemi di quantificazione sui tempi necessari alla sua esecuzione, in conseguenza alla necessità di bonifica dell'area stessa.

Altro progetto rilevante riguarda un centro fieristico e polifunzionale, dotato anche di una sala convegni, per i quali sembrano essere maturati, anche grazie a risorse pubbliche rese disponibili, i tempi di una sua almeno parziale realizzazione.

La componente diportistica ha assunto negli ultimi anni importanza per il capoluogo con la realizzazione di Porto Lotti, centro per la nautica da diporto, con 500 posti per imbarcazioni da 12 a 50 metri, ed una gamma di servizi a terra differenziata e di alta qualità.

È da rilevare tuttavia come tale porto non abbia potuto esercitare una effettiva ricaduta sul turismo, in particolare commerciale, della città, essendo dovuto ciò soprattutto alla sua localizzazione in un'area distante dal centro cittadino; la struttura del porto in questione tende infatti a rendersi autosufficiente, fornendo ai clienti/proprietari di barche i servizi necessari per la loro permanenza. In sostanza il porto, anche se destinazione intermedia di rotte turistiche, non può costituire porta di accesso alla città, almeno non in termini significativi; è comunque da non sottovalutare la sua importanza sul sistema turistico del golfo nel suo complesso; imprenditori di regioni del Nord Italia, proprietari di imbarcazioni e posti barca, che trascorrono spesso weekend nel Golfo dei Poeti, sono di sicuro un bacino di utenza notevole per il comparto turistico locale, verso il quale quindi vale la pena rivolgere attenzione e renderli destinatari di mirate azioni di marketing.

Sicuramente rispondente alle esigenze di maggior contatto tra approdo turistico, per imbarcazioni di medio grandi dimensioni, e città, è il progetto che prevede la realizzazione di una nuova marina turistica al Molo Mirabello, in una localizzazione quindi limitrofa al centro cittadino, con una capienza di circa 800 posti barca. Tale realizzazione prevede anche la costruzione di un centro commerciale e di un albergo; anche sui tempi di realizzazione di questa iniziativa si deve rilevare tuttavia incertezza da ascrivere alle trattative da effettuare con la Marina Militare, al momento proprietaria o comunque concessionaria di parte delle aree su cui il progetto andrebbe ad insistere.

Altre strutture di ricettività diportistica, situate nei paesi marinari del ponente del Golfo dei Poeti, non raggiungono i limiti dimensionali minimi, e le strutture necessarie, affinché implicino positive ricadute sui paesi ospitanti; essi danno piuttosto luogo a fenomeni negativi quali "l'affollamento", ossia la creazione di flussi di transito che non costituiscono comunque "saturazione", fenomeno al contrario positivo, dell'offerta turistica locale.

Ancora nel capoluogo è prevista la realizzazione di una stazione marittima per il turismo crocieristico; come visto al paragrafo 2.3 del CAPITOLO 2, tale tipologia di turismo ha conosciuto negli ultimi anni un forte incremento; La Spezia si inserisce in una realtà di forte concorrenza con Genova, Savona e Livorno, come terminali crocieristici più vicini. La carenza dei servizi e infrastrutturale è sentita come il maggiore limite di cui quindi, nella realizzazione *ex novo* di una stazione, si dovrà tenere particolarmente conto.

Per quanto riguarda le **Cinque Terre** l'approccio effettuato risulta volto a destagionalizzare i flussi turistici, distribuendoli lungo la durata dell'anno ed aumentando il numero delle presenze complessive.

Le attività svolte hanno quindi promosso l'offerta, già di per sé altamente competitiva in considerazione dell'eccezionalità del contesto, sia cercando nuovi mercati, con azioni specifiche nel Nord Europa, sia differenziando il prodotto esistente, nel senso di combinarne l'offerta, con componenti quali l'escursionismo sportivo, le attrattive enogastronomiche, la componente naturalistica, le attrattive culturali dei borghi e centri tipici, in cui localizzare anche manifestazioni letterarie, spettacoli e intrattenimenti.

L'attività promozionale, basata su partecipazione a fiere, redazione di brochure, costruzione di soggetti giuridici operativi (Consorzio delle Cinque Terre ad esempio), ma anche realizzazione di siti INTERNET, ha quindi come scopo di dare visibilità al territorio come insieme di prodotti per diversi fruitori.

Nel senso della valorizzazione del territorio si muove anche l'iniziativa volta a creare e a individuare un insieme di itinerari, le cosiddette **strade del vino**, con cui promuovere lo sviluppo rurale e del territorio, per favorire l'eno-turismo, sempre in un contesto culturale, etnico e di tradizioni, nonché ambientale, mediante l'infrastrutturazione di vie e sentieri con cartelli ed indicazioni e punti di informazione e degustazione.

Si deve peraltro rilevare come una simile iniziativa sia stata presa anche nella **zona dei Colli di Luni**, interessando in questo caso anche zone della regione Toscana (Candia in Provincia di Massa), a dimostrazione del fatto che limiti regionali non costituiscono delimitazione di comparti turistici, nell'ottica della realizzazione dei Sistemi Locali del Turismo.

Quanto realizzato è stato sempre comunque nella consapevolezza che le Cinque Terre non possono costituire meta di turismo di massa bensì di qualità; gli stessi prezzi delle strutture ricettive se da un lato costituiscono un vincolo allo sviluppo del turismo dall'altro possono fungere anche da salvaguardia ambientale delle località.

Tendenza degli ultimi anni, soprattutto per la valenza ambientale ed escursionistica del territorio, da non dimenticare il recente insediamento del Parco Nazionale delle Cinque Terre, è stato mostrare attenzione anche nei confronti di una clientela più giovane, che di un tale turismo è maggiore consumatore, con implicazioni di valenza sia religiosa che sociale, e la realizzazione, in zone vicine, di ostelli della gioventù.

Di particolare interesse l'iniziativa che si è sviluppata tra capoluogo e Cinque Terre, già nella consapevolezza di costituire un sistema turismo a livello sovra comunale, in cui le risorse di una zona sono ricchezza anche di quelle limitrofe se capaci di creare in queste attrattive e effetti virtuosi di sviluppo. In un tale ambito a gestione e supervisione da parte del Comune della Spezia e nell'ambito dell'Azione 7.2 del DOCUP Regione Liguria, si inserisce lo svolgimento di un corso di formazione ad hoc al fine di creare competenze per la costituzione di un "centro di servizi al Parco delle Cinque Terre", in gestione ad una cooperativa, costruita tra i destinatari del corso, sia come punto di informazione di che manutenzione del Parco; a tali servizi dovrebbe essere associata anche la gestione di un realizzando Ostello della gioventù.

La valorizzazione delle componenti naturalistiche, ambientali e culturali è stata sentita come esigenza primaria anche dalle **zone interne**.

Il progetto comunitario, nel programma Eco-Leader, che in queste aree è stato realizzato, ha infatti avuto come scopo prioritario il recupero di manufatti esistenti per attività turistiche nella **Val di Vara**.

Il tentativo è stato quello di creare un “sistema paese”, in cui ogni risorsa contribuisce a creare il quadro dell’offerta complessiva, andando dalla vendita di prodotti locali della agricoltura ed allevamento, in punti di ristoro creati appositamente, all’ospitalità in piccole locande o nelle case con la forma del bed & breakfast, all’equitazione ed al trekking in percorsi organizzati. Si deve rilevare come la zona della Val di Vara sia anche quella con maggiore presenza di strutture ricettive di tipologia agrituristica.

L’organizzazione di un sistema turistico sul territorio della Valle è affidata ad una fondazione, denominata “Valle d’oro” che vede la partecipazione già di alcuni comuni della vallata, nonché della Camera di Commercio locale.

si tratta quindi di una applicazione della tendenza attuale a costituire soggetti operativi costituiti da soggetti con interessi comuni, la cui efficienza ed efficacia è tuttavia subordinata all’allargamento della loro base operativa e gestionale anche a soggetti privati.

Per quanto riguarda **l’offerta balneare** sul territorio provinciale, si vuole porre l’accento su una sua particolare manifestazione atipica, strettamente connessa ad elementi paesaggistici e culturali, quale quella di Portovenere, in grado di attrarre quindi anche tipologie di turisti tradizionalmente invece indifferenti al turismo balneare, abbinandovi manifestazioni culturali e artistiche.

Per quanto riguarda **l’offerta ricettiva** molti sono gli operatori per i quali essa è carente sia qualitativamente che quantitativamente, dovendosi quindi procedere ad incrementarne il numero nelle diverse categorie e tipologie. Una approssimativa elaborazione su dati ISTAT, permette di valutare in circa il 50% il grado di utilizzazione netta delle risorse ricettive, sul territorio provinciale, che sale a circa il 57% per il capoluogo; considerando l’alta stagionalità dei flussi, è facile concludere per un indice di saturazione nei mesi di punta primaverili ed estivi.

La realizzazione di nuove strutture dovrà tener conto del contesto urbanistico-ambientale, in considerazione di una situazione in cui gli spazi sono già fortemente urbanizzati.

A questo proposito gli operatori turistici locali hanno proposto di individuare come aree di possibili insediamenti l’immediato entroterra collinare delle località aventi una forte

capacità attrattiva, sempre in considerazione dei problemi di salvaguardia ambientale e dei necessari collegamenti tra la costa e l'interno.

Situazione diversa riguarda la **componente agrituristica**; nel 1998, ultimo dato²⁶ disponibile al momento in cui si scrive, le strutture agrituristiche, situate nella Provincia della Spezia, erano 96, pari al 42% della dotazione regionale, di cui ben 48 nella Val di Vara, tuttavia allo stesso tempo molto carente per quanto riguarda le altre forme di ricettività, compresi camping e villaggi, 28 nell'area Val di Magra e Golfo, 20 nella Riviera Spezzina.

L'intero comparto regolato dalla legge regionale n. 33/96, che implica la prevalenza in ogni azienda della produzione agricola su quella turistica, è fortemente favorito a livello regionale sia in passato dalle azioni del DOCUP Regionale per ob 5b, sia attualmente mediante specifiche leggi di incentivazione quale la legge regionale n. 22/98, recentemente rifinanziata e di cui maggiori dettagli al paragrafo 4.3 del CAPITOLO 4.

In tempi recenti si è in effetti assistito ad un certo "attivismo" nel settore per quanto riguarda le nuove iniziative e realizzazioni; la presenza sul territorio di strumenti di programmazione negoziata, quali il contratto d'area (per approfondimenti vedi par. 3.6, CAPITOLO 3), che oltre a prevedere agevolazioni economiche, contengono anche precise normative volte ad agevolare e snellire gli iter burocratici di valutazione urbanistica dei progetti, sempre nel rispetto delle norme, ha spinto molti imprenditori a presentare progetti, anche di notevole entità, per i quali gli ordinari tempi di valutazione sarebbero altrimenti stati sbarranti.

Le aree maggiormente interessate sono quelle dei Comuni di Levanto e Bonassola, con strutture inquadrabili in alberghi di alta categoria, integrati nell'ambiente, in grado di differenziare l'offerta turistica locale anche nel senso di fungere da poli di attrazione di particolari tipologie di turismo (ad esempio la realizzazione di un albergo con annesso campo da golf, nel comune di Bonassola, inserito in un notevole contesto paesaggistico, ha sicuramente forte appeal su di un turismo sportivo di qualità).

Di notevole interesse anche la struttura che dovrebbe realizzarsi nel comune di Ameglia, costituendo recepimento della tendenza ormai consolidata, di una progressiva evoluzione del tradizionale camping verso strutture ricettive in grado di assicurare funzionalità per tutto l'anno, in un ottica quindi di destagionalizzazione dei flussi turistici; la struttura

²⁶ Fonte Elaborazione dati CCIAA – Rapporto 1998, Economia Provinciale

prevista dovrebbe essere dotata di posti letto fissi, bungalow ed impianti sportivi, avvicinandosi molto ad un villaggio turistico

5.2 Flussi e tendenze sul territorio provinciale

Se tra il 1990 ed il 1996 la Provincia della Spezia era quella che aveva fatto registrare il calo più contenuto nella domanda alberghiera, nel periodo seguente, compreso tra il 1997 ed il 1999, lo stesso territorio provinciale si è posizionato, per livello di incrementi complessivi, comprendendo anche strutture extra-alberghiere, alle spalle della sola Genova.

Tra il 1998 ed il 1999 la provincia della Spezia ha visto crescere il numero degli arrivi complessivi del 1,3%, con aumento delle presenze dell'1,6%, contro rispettivamente il +1,4% ed il -1,0% di Genova.

Dato costante è il decremento dell'afflusso di turisti italiani, in gran parte dovuto al non positivo scenario economico nazionale, con una conseguente contrazione dei consumi e della domanda turistica.

Tabella 1

Provincia della Spezia				
Arrivi e presenze complessive ed alberghiere				
1990-1999				
Anni	Arrivi complessivi	Presenze complessive	Arrivi alberghieri	Presenze alberghiere
1990	357.058	1.243.972	305.953	902.246
1991	339.464	1.186.377	292.862	870.921
1992	353.132	1.165.692	302.237	898.007
1993	335.671	1.070.735	287.184	801.765
1994	357.750	1.150.001	102.518	843.416
1995	374.776	1.279.088	311.922	886.491
1996	372.195	1.244.074	310.984	875.766
1997	-	-	318.837	881.988
1998	413.656	1.307.347	338.183	925.618
1999	418.355	1.329.368	340.830	923.298

Fonte: dati ISTAT e Regione Liguria – Ufficio statistica

Il dato relativo alle presenze extralberghiere rilevato da fonti non ufficiali, per gli anni 1990-1996, non è attendibile in quanto mancante dei dati relativi a seconde case e alle abitazioni in affitto. I dati sono quindi puramente indicativi.

Alla tendenza negativa dei flussi di turisti italiani, peraltro più che bilanciata dagli afflussi di stranieri, e che, nel migliorare dello scenario macroeconomico dovrebbe attenuarsi se non invertirsi, si associa anche una contrazione dei tempi di permanenza del turista, in ossequio alla tendenza a frammentare i periodi di vacanza, soprattutto da parte di quel turismo familiare, componente importante della domanda turistica locale.

Principalmente si deve notare come disaggregando i dati in arrivi alberghieri ed extra-alberghieri, il dato positivo per la Provincia della Spezia sia da ascrivere fondamentalmente alle strutture extra-alberghiere, dai 75.473 arrivi del 1998 ai 77.525 del 1999, con un incremento percentuale del 2,7%, mentre gli arrivi alberghieri sono passati da 338.183 a 340.830, in percentuale +0,7%.

Nella Provincia di Genova i dati nel biennio di riferimento registrano il passaggio degli arrivi extra-alberghieri da 81.544 a 82.118 (+0,6%), mentre per gli arrivi alberghieri da 937.459 a 951.967 (+1,5%), dimostrando invece un maggior peso sul dato positivo dell'incremento delle presenze in quest'ultimo tipo di struttura ricettiva.

Questo dato può essere interpretato come naturale conseguenza di una struttura ricettiva insufficiente a far fronte alla domanda e quindi da questo punto di vista frenante a possibili incrementi, con il ricorso, per contro, a forme alternative di ricettività; quest'ultima tendenza è anche da ascrivere tuttavia alle tipologie di turismo proprie del nostro territorio, in cui, oltre al turismo balneare da parte di turisti del Nord Europa, che predilige forme ricettive quali camping e villaggi turistici, si deve anche rilevare la presenza di agriturismi, quale forma ricettiva ideale per il turismo verde e rurale, e di cui la Provincia della Spezia possiede il 42% delle strutture regionali, come indicato al precedente paragrafo 5.1.

Gli arrivi tra il 1997 e il 1999 hanno registrato un incremento del 77% passando da 1.106 a 1.958; il dato deve essere inteso puramente indicativo per tre principali ragioni:

1. fonte per gli anni 1997 e 1998 è l'Amministrazione Provinciale, mentre per l'anno 1999 è l'APT del Golfo dei Poeti e delle Cinque Terre, di conseguenza anche se i dati dovrebbero coincidere, sono possibili alcune discrepanze dovute anche a passaggi di dati talvolta difettosi tra i due enti,
2. l'analisi del comparto si è andata progressivamente affinando, è quindi possibile che il campione di rilevazione sia diverso di anno in anno, non per quanto riguarda ovviamente le nuove strutture, ma relativamente a strutture già esistenti e non censite,
3. in ogni caso il numero degli agriturismi considerati è di sicuro inferiore a quello effettivo, stimandosi, secondo i dati raccolti e le impressioni del personale addetto, che si arrivi ad 1/6 circa delle aziende operative nella nostra provincia.

Tabella 2

Anno	Arrivi			Presenze		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
1997	871	235	1.106	3.105	1.825	4.840
1998	1.038	110	1.148	3.788	407	4.195
1999	1.663	295	1.958	6.424	1.317	7.741
Var % 99/97	90	25	77	106	-33	59

Schema tabella- CCIAA della Spezia

Fonti Amm.ne Prov.le – Ufficio Turismo anni 1997 e 1998

APT del Golfo e delle Cinque Terre anno 1999

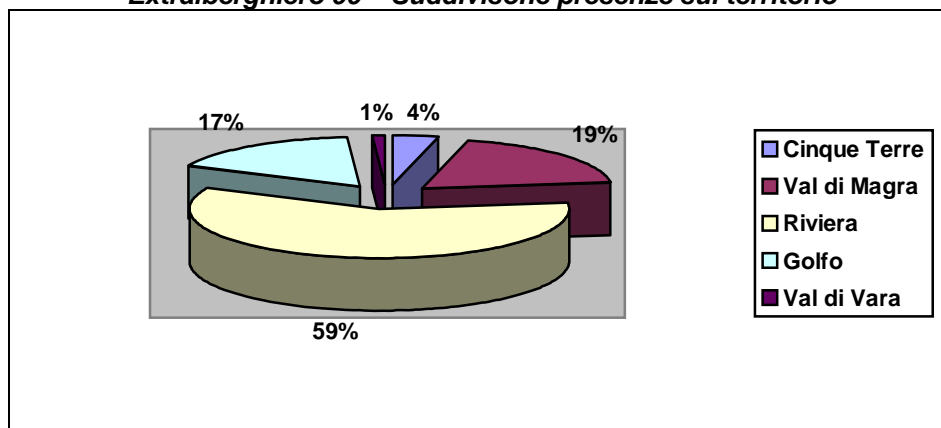
I dati quindi da un lato non permettono una analisi approfondita, ma dall'altro rappresentano sicuramente una realtà sottodimensionata; ipotizzando di applicare il rapporto di 1 a 6 sopra indicato, si potrebbe quindi quantificare, decisamente un dato approssimato, in 11.748 gli arrivi del 1999, con presenze di 46.466.

Tali considerazioni portano a valutare in modo diverso il peso della **Val di Vara** nel panorama del turismo provinciale. La zona in questione costituisce un polmone verde di notevole importanza, con borghi caratteristici e tradizioni gastronomiche e rurali; inoltre è in questa zona che hanno trovato espressione alcune iniziative di promozione e sviluppo turistico, come indicato nel precedente paragrafo.

Se quindi da un lato la zona soffre di un innegabile sottodimensionamento quanto a ricettività alberghiera, costituisce il solo 3% delle presenze per il 1999 nella provincia, dall'altro è sicuramente visitata da più turisti, usufruttori del turismo verde, di quanto i dati provenienti da diverse fonti indichino.

Decisamente con diffidenza deve essere preso quindi il dato per il 1999 che vede la Val di Vara con solo **l'1% delle presenze extralberghiere**. Se da un lato il peso percentuale di altre zone è più attendibile, in quanto riferentesi a strutture quali camping, con censimenti più completi, la zona in oggetto basa la sua offerta prevalentemente su agriturismi che, come abbiamo visto, sono inaffidabili per i flussi.

Extralberghiero 99 – Suddivisione presenze sul territorio



Fonte APT Golfo dei Poeti e Cinque Terre

Ancora nell'ambito dell'offerta extralberghiera merita un accenno il comparto dei **camping**, con forte presenza nelle zone della Val di Magra, Riviera e Golfo.

I dati del 1999 indicano un decremento degli arrivi stranieri di -2,31% rispetto al 1998, cui corrisponde un incremento delle presenze, +2,92%, mentre si assiste ad un aumento dei turisti italiani sia per arrivi, +0,65%, che per presenze, +5,05%. Il dato complessivo vede però un decremento di -0,70% degli arrivi, mentre registra un +4,33% delle presenze.

Tutto questo nel rispetto delle tendenze, osservate anche a livello nazionale, che hanno visto diminuire gli afflussi di quei turisti a maggiore domanda extralberghiera, quali tedeschi, austriaci e svizzeri, preferendo altre mete quali la Spagna, dall'altro l'aumento delle permanenze, anche grazie al miglioramento delle strutture e l'avvicinamento delle prestazioni dei camping a quelle dei villaggi turistici, con la costruzione di bungalow e infrastrutture fisse.

Un'indagine effettuata dal Centro Studi Turismo Ligure di Genova, dell'aprile 1999, ha posto in evidenza come i posti letto nelle **strutture alberghiere** sul territorio spezzino costituiscano solo l'8,2% del totale ligure, a fronte del 23,9% di Genova, il 43,6% di Savona ed il 24,1% di Imperia, con una particolare carenza di alberghi di categorie intermedie, ed una totale assenza di alberghi a 5 stelle. La scarsa dotazione ricettiva, come già accennato, rappresenta anche un freno agli incrementi di afflussi.

La relativa stazionarietà della domanda turistica spezzina va quindi interpretata alla luce sia di componenti esogene che endogene.

Le componenti esogene vanno individuate, per quanto riguarda i flussi di turisti italiani, nella involuzione del ciclo economico nazionale, come sopra già accennato, sia nelle

modificazioni della domanda turistica sia in senso temporale che organizzativo (frammentazione dei tempi di vacanza, diversificazione della domanda verso turismi alternativi).

Relativamente alle cause endogene queste vanno fundamentalmente individuate sia per quanto riguarda le caratteristiche della domanda tradizionale, sia nella struttura ricettiva locale, e non solo come sopra detto, nel senso di capacità ricettiva alberghiera, ma anche e soprattutto per le caratteristiche ambientali, quali quelle offerte dai siti delle Cinque Terre, che oltre a fornire panorami unici al mondo, costituiscono anche una variegata offerta di attrazioni turistiche (ambientali, artistiche, escursionistiche, eno-gastronomiche ecc).

Ad un'offerta siffatta corrisponde una domanda turistica di medio-alto livello, caratterizzata dall'appartenenza ad un segmento che presenta livelli di spesa tali da risentire solo marginalmente di fenomeni economici, quali la riduzione dei consumi conseguente a crisi di natura economica.

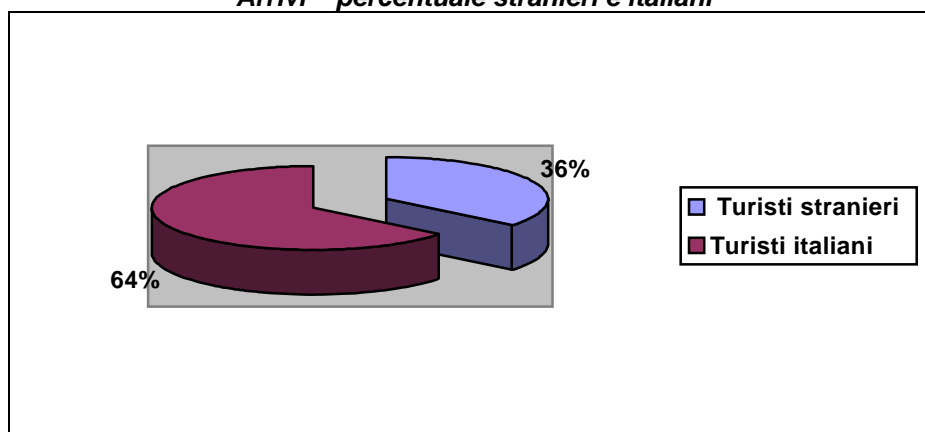
L'area spezzina sembra quindi caratterizzata da una domanda che se da un lato incontra difficoltà ad espandersi in conseguenza ad una carente offerta ricettiva in senso stretto, dall'altro è connotata da una componente di "rigidità qualitativa" conseguente alla sua sostanziale indipendenza da influenze macro-economiche.

A questo punto diventa interessante analizzare i flussi turistici della Provincia, secondo le diverse regioni d'Italia e nazionalità di provenienza, consapevoli della diversa tipologia di domanda associata.

Nel 1999 il 36,9% del totale degli arrivi è costituito da turisti stranieri, contro il 35,4% del 1998 ed il 33,8% del 1997.

Nel triennio si assiste quindi ad un incremento di 3 punti percentuali delle presenze straniere sul territorio, a fronte di un calo della domanda interna, dovuto in particolare, come già sopra accennato, alla non positiva situazione macroeconomia nazionale.

Anno 1999
Arrivi – percentuale stranieri e italiani



Fonte APT Golfo dei Poeti e Cinque Terre su dati ISTAT

La **domanda italiana** è costituita per l'83,2% da arrivi provenienti dalle regioni del Centro Nord (Lombardia con 27,98%, Liguria 8,75%, Emilia Romagna 10,93%, Piemonte 11,19%, Lazio 9,21%, Toscana 7,73%, Veneto 7,47%), con unica eccezione significativa la Campania con 9.765 arrivi, pari al 3,70% del totale dell'afflusso di turisti italiani nel 1999.

Tabella 3

Flussi turisti italiani in Provincia della Spezia – Prime sette regioni per affluenza Anno 1999							
Totali	263.728	856.292	Distribuzione percentuale presenze				
	Arrivi	Presenze	5+4	3	2+1	RTA	Altro
Regione							
Lombardia	73.778	251.407	8,29	33,17	21,82	1,93	34,80
Liguria	23.075	108.422	5,45	15,40	16,51	0,89	61,75
Emilia Romagna	28.837	98.484	6,43	34,33	21,15	1,47	36,62
Piemonte	29.505	91.569	9,07	38,09	19,94	1,59	31,31
Lazio	24.285	61.909	16,35	52,10	22,89	0,96	7,70
Veneto	19.691	50.537	13,81	44,57	22,13	1,85	17,64
Toscana	20.381	61.608	8,01	31,32	22,59	0,63	37,45

Fonte APT del Golfo dei Poeti e Cinque Terre su dati ISTAT

In base alle principali destinazioni preferite dai turisti delle diverse regioni, desumibili dai dati ISTAT su elaborazioni APT del Golfo dei Poeti e Cinque Terre, è possibile indicare quali siano le principali tipologie di turismo richieste.

I dati in tal modo rilevabili devono tuttavia ritenersi approssimativi per quanto riguarda le conclusioni, in quanto da considerare è la forte eterogeneità di molte località per quanto riguarda l'offerta turistica; uno stesso comune, anche di piccole dimensioni può, nella nostra provincia, andare dalla classica offerta balneare al turismo verde ed ambientalista, con afflussi turistici quindi influenzati da tutte queste tipologie di turismo, per la cui analisi si dovrebbe andare a visualizzare dati ancor più disaggregati.

In ogni caso la finalità è quella di indicare quali siano le tendenze della domanda associata ai mercati di provenienza dei turisti, in una analisi che deve essere poi allargata ad orizzonti più vasti, così da permettere anche l'individuazione di nuovi mercati e non solo la migliore utilizzazione di quelli già esistenti, e creare così specifici "club di prodotto" per i diversi target.

Procediamo quindi descrivendo i dati per quanto riguarda le prime sette regioni italiane per afflussi turistici in Liguria

I flussi dei **turisti lombardi**, per zone di affluenza, stanno ad indicare come la loro domanda sia alquanto diversificata e volta a usufruire dell'offerta turistica del territorio provinciale in tutte le sue manifestazioni. Si nota infatti come gran parte dei 73.778 arrivi del 1999, si suddividano nelle cinque principali partizioni della Provincia della Spezia (Capoluogo, Cinque Terre, Val di Magra, Riviera e Golfo) in maniera quasi uguale con una maggiore affluenza nella zona Golfo, Lerici-Portovenere con circa 18.000 arrivi, assestandosi attorno agli 11.000 per ognuna delle altre quattro aree citate.

Per quanto riguarda l'afflusso di **turisti liguri** nella provincia, i dati permettono di indicare come la domanda sia principalmente rivolta all'offerta balneare; particolarmente alti infatti gli arrivi nelle zone della Riviera, Valle del Magra e Golfo; si tratta principalmente del turismo familiare, tuttavia in trend decrescente rispetto al 1998, per il quale la struttura ricettiva dominante risulta essere l'extralberghiera (camping, parco-villaggio), e comunque accompagnato da una forte contrazione della permanenza.

In controtendenza le Cinque Terre dove sia gli arrivi che la permanenza sono in crescita, e in diversa direzione rispetto al trend negativo per la zona, riguardo ai turisti italiani di diversa provenienza da altre regioni tradizionalmente più numerosi.

Interessante l'afflusso nel capoluogo dove a 5.000 arrivi corrisponde però una presenza di poco più di 10.000, con una permanenza media pari a solo 2 notti.

Si tratta della chiara esemplificazione di una città, quella della Spezia, che al momento può al massimo fungere da transito, senza capacità attrattiva significativa ed effettiva ricaduta sul tessuto turistico locale.

Dalla regione **Lazio** sono arrivati 24.225 turisti nel 1999; le tre aree su cui sono maggiormente concentrati gli afflussi sono il Capoluogo con 10.252 arrivi, Val di Magra

con 5.232, e Golfo con 4.673; le Cinque Terre sono state meta di 1.427 turisti, ed in considerazione del carattere qualitativo dell'offerta del sito, sia tratta sicuramente di dati in senso relativo molto elevati.

La domanda complessiva è sicuramente a prevalenza balneare, tuttavia da non trascurare anche le diverse offerte che può dare la vasta area della Val di Magra, con turismo verde e sportivo.

La **Toscana ed il Veneto** sembrano essere piuttosto simili per quanto riguarda la domanda turistica; per entrambi ha forte attrazione il sito delle Cinque Terre, ma notevole appeal esercitano anche il Golfo e Val Di Magra.

Da un lato quindi una domanda balneare, ma dall'altro, come denominatore comune, la ricerca di elementi caratteristici di paesaggio e cultura, con una buona disposizione anche a itinerari rurali ambientalisti, ovviamente molto diversi da quelli delle rispettive regioni di provenienza.

I turisti **dell'Emilia Romagna** mostrano un forte interesse per le Cinque Terre, la Val di Magra ed il Golfo, tuttavia con un notevole afflusso anche nella Riviera. In sostanza sembra potersi individuare una domanda, pur nella forte affluenza in zone quali Lerici e Portovenere, e quindi con un'offerta balneare- culturale molto forte, trasversale a quanto può offrire il territorio.

Anche per quanto riguarda **il Piemonte** è possibile concludere per una domanda piuttosto ampia, dovendosi rilevare tuttavia i forti afflussi di arrivi, rilevanti sia in termini assoluti che relativi, circa 3.800 arrivi per le Cinque Terre, su complessivi 29.505; ugualmente elevato l'afflusso nella zona del Golfo di 5.695 arrivi, ancora una volta a riprova della forte attrattiva di un turismo balneare associato alla esistenza di un borgo con componenti culturali, oltre che un paesaggio fortemente tipico della bassa riviera ligure di levante.

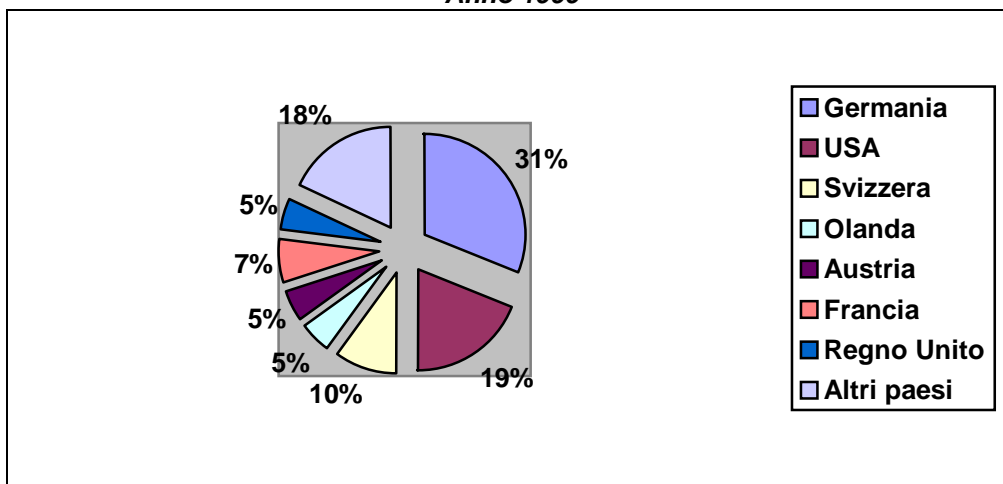
Un'analisi simile può essere svolta nei confronti dei **flussi di turisti stranieri**, i cui risultati possono sicuramente essere più precisi e proficui per una duplice ragione:

- a) La domanda estera risulta essere più tipizzata e stabile negli andamenti,
- b) Uno studio a livello nazionale²⁷ ha già effettuato un tale tipo di aggregazione, permettendo quindi riscontri e richiami.

²⁷ ENIT: "Mercati e prodotti turistici" – Febbraio 2000

La **domanda estera** è costituita per circa l'82% da sette paesi esteri di cui comunitari la Germania con 48.137 arrivi, i Paesi Bassi con 7.591, l'Austria con 7.392, la Francia con 10.586, il Regno Unito con 7.280, Europei non comunitari la Svizzera con 14.895, extracomunitari gli Stati Uniti con 29.525.

**Composizione arrivi turisti stranieri
Anno 1999**



Elaborazione grafica su dati APT Golfo dei Poeti e Cinque Terre – ISTAT

Tabella 4

Flussi turisti stranieri in Provincia della Spezia – Primi sette paesi per affluenza Anno 1999							
Totali	154.627	473.076	Distribuzione percentuale presenze				
	Arrivi	Presenze	5+4	3	2+1	RTA	Altro
Germania	48.137	179.253	11,13	33,07	10,06	4,57	41,17
USA	29.525	60.754	22,43	41,37	25,56	0,10	10,54
Svizzera e Lich.	14.895	47.492	22,91	43,48	15,34	4,07	14,20
Paesi Bassi	7.591	33.893	3,58	17,40	6,87	18,87	53,28
Austria	7.392	28.224	15,00	46,64	15,05	0,49	22,82
Francia	10.586	23.458	13,49	34,47	22,58	0,54	28,92
Regno Unito	7.280	20.391	27,99	38,92	13,95	0,26	19,87

Fonte APT del Golfo dei Poeti e Cinque Terre su dati ISTAT

I **turisti tedeschi**, che costituiscono la domanda più consistente, l'11,51% degli arrivi complessivi ed il 13,48% delle presenze complessive, nel 1999 hanno fatto registrare, rispetto al 1998, un incremento, per quanto riguarda il settore alberghiero, sia di arrivi che presenze, quantificabile in percentuale rispettivamente in un +4,94% e un +6,45%, mentre per il settore extralberghiero si è registrato un decremento rispettivamente di -2,93% e -1,04%.

Le zone che hanno visto il maggior incremento per quanto riguarda il **comparto alberghiero** sono state quelle del Golfo, il capoluogo e la Val di Magra. Quest'ultima costituisce anche l'unica zona ad aver incrementato presenze e arrivi anche

nell'extralberghiero, e questo probabilmente in relazione alla maggior differenziazione di offerta turistica.

In decremento la zona delle Cinque Terre, sia per arrivi che presenze, mentre interessante il dato sopra riportato che ha riguardato il **capoluogo**, per il quale i dati sugli arrivi, con +15,84%, e presenze +5,63%, sembrerebbero portare a concludere per una migliore spendibilità della città anche come prodotto turistico in particolare, si ritiene, delle sue componenti culturali, ma anche come punto di contatto con località balneari vicine, comunque secondo un criterio che comporta positive ricadute anche sul tessuto turistico-commerciale cittadino.

I flussi **extralberghieri** hanno invece fatto riscontrare un generalizzato decremento, ad eccezione della Val di Magra come sopra accennato; tale andamento risulta in linea con la tendenza del 1999, per la quale flussi turistici tradizionalmente legati all'offerta tipica balneare del nostro paese, che vedono concentrata nella ricettività costituita da camping e villaggi la maggior richiesta, hanno preferito indirizzarsi in altri paesi ad offerta simile quali la Spagna.

I turisti provenienti dagli **USA** costituiscono circa il 7% degli arrivi complessivi ed il 4,6% delle presenze complessive.

Il totale degli arrivi nelle strutture alberghiere registra nel 1999, rispetto al 1998, un incremento del 10,49% e le presenze del 1,14%; l'extralberghiero, con circa 3.000 arrivi e 6.401 presenze, indica rispettivamente incrementi del 38% e 49%.

Studi effettuati a livello nazionale hanno evidenziato come la domanda prevalente di un turista statunitense sia di tipo culturale (68%), mentre scarso interesse rivolga all'offerta balneare, almeno nella sua accezione tipica; inoltre la struttura ricettiva di riferimento è costruita per il 90% da quella alberghiera.

In ambito locale tali tendenze sembrano essere rispecchiate a pieno; i dati indicano infatti che circa il 90% dei turisti ha alloggiato in **strutture alberghiere**, con forti afflussi registrati nelle zone del Golfo (+15,88% di arrivi e +19,89% di presenze), Cinque Terre (+12,42% di arrivi e +3,65% di presenze), Capoluogo (+8,08% di arrivi ma -19,06% di presenze) e Val Di Vara (+8,37% arrivi e +36,17% presenze), pur tuttavia, in quest'ultimo caso con bassi valori assoluti (solo 492 arrivi); in considerazione dell'offerta culturale archeologica della zona e di quelle limitrofe, si ritiene che vi siano forti margini di

miglioramento per quanto riguarda futuri incrementi di arrivi e presenze di turisti, quali quelli statunitensi, fortemente attratti da tali risorse.

Si deve considerare infatti la tendenza degli ultimi anni a scoprire e visitare non solo i grandi centri culturali (Roma, Milano, Firenze ecc.), cultura classica, ma anche i centri minori, comunque dotati di risorse da valorizzare; nella nostra zona è il caso di citare Sarzana e Luni, ma anche nel Golfo, Portovenere e Lerici con i loro castelli e chiese.

Gli incrementi riguardano quindi quelle zone, già frequentate, che associano a componenti paesaggistiche un'offerta di carattere culturale nelle sue diverse manifestazioni (museale per il Capoluogo, archeologica per la Val di Magra, monumentale per Portovenere e Lerici, Centri tipici per le Cinque Terre).

In un tale ambito è da evidenziare come l'afflusso nella nostra Provincia di turisti quali quelli **giapponesi**, il cui fattore di domanda è per il 94,3% dominato dalla componente culturale, ha visto nel 1999 segnare numeri quali 956 arrivi e 1.999 presenze, decisamente insignificanti sia in termini assoluti che relativi.

È infatti vero che la loro principale attrattiva è costituita dai centri culturali classici, quali le grandi città, ma, in prospettiva della suddetta tendenza sarebbe forse opportuno cercare di conquistare una maggior fetta di questo mercato di utenza.

I **turisti svizzeri** e del Liechtenstein costituiscono il 3,57% sia degli arrivi che delle presenze complessive.

Rispetto al 1998 si è registrato, nel **comparto alberghiero**, un decremento degli arrivi del 2,37% a fronte di un incremento delle presenze del 2,52%.

Per quanto riguarda l'**extralberghiero** il decremento è ancora più forte con rispettivamente -13,72% e -15,18%.

La tipologia di domanda propria di un turista svizzero risulta in gran parte confacente a quanto il territorio provinciale può offrire turisticamente; non è quindi un caso che la Svizzera costituisca la terza Nazione come luogo di provenienza di turisti stranieri nella provincia della Spezia.

Lo studio ENIT citato ha posto in evidenza come, nel 1999, la domanda turistica svizzera per il 15,8% è stata rivolta a turismo culturale classico, il 13,5% a quello minore, il 6,4% per centri tipici ed il 35,5% a quello balneare; malgrado il turismo classico costituisca una grossa fetta di domanda la tendenza alla crescita del turismo dei centri minori, e

comunque la vicinanza alle mete classiche culturali, quali Pisa, evidenziano l'ampia capacità attrattiva dei siti locali verso i turisti elvetici.

Rispetto al 1999 si deve tuttavia registrare un decremento di arrivi e presenze per lo più generalizzato in tutte le zone, con forte rilevanza, visto il dato assoluto di più di 4.000 arrivi e più di 18.000 presenze, riguardo alle Cinque Terre con circa -8%; unico incremento da registrare nella zona della Val di Magra, con +7,54%, con più di 1.200 arrivi e circa 4.000 presenze; quest'ultimo si deve ascrivere agli incrementi registrati soprattutto nei comuni di Ameglia, Ortonovo, Castelnuovo e Sarzana, in cui si unisce l'elemento balneare a quello dei centri tipici e culturale, oltre che eno-gastronomico.

I **Paesi Bassi** hanno "fornito" turisti alla nostra provincia per 7.591 arrivi, +1,81% sul complessivo arrivi, e 33.893 presenze, +2,55% sul complessivo presenze.

Con una domanda articolata in modo simile a quella svizzera si rileva comunque un buon 5% rivolto ad un turismo ambientale e naturalistico ed una maggiore preponderanza per l'elemento culturale minore, 17,7%, e centri tipici, 8%, con un totale del 55,4% della domanda corrispondente all'offerta locale.

L'afflusso complessivo del 1999 ha registrato un incremento, rispetto al 1998, di +26,48% per gli arrivi alberghieri, con un +40,27% per le presenze relative, ed un +7,90% per gli arrivi extralberghieri, con un +31,27% delle presenze relative.

Si tratta di dati molto positivi che corrispondono ad aumenti di arrivi e presenze in tutte le zone della Provincia ad eccezione della Riviera, dove andamenti non brillanti rispecchiano l'offerta piuttosto matura.

La domanda ricettiva del turista olandese vede inoltre a livello nazionale una forte prevalenza delle strutture extralberghiera, 64%, su quella alberghiera, 36%; i dati provinciali rispecchiano maggior equilibrio con circa il 50% per tipologia.

Considerando comunque gli scarsi afflussi e comunque negativi rispetto al 1998, in una zona quale la Val di Vara, in cui sono situati la maggior parte degli agriturismi, da parte di turisti quali quelli olandesi, per i quali l'elemento verde ed ambientale ha un buon appeal, come sopra visto, porta a pensare che per questa area non sia stata svolta ancora una sufficiente attività promozionale che la renda più visibile all'esterno.

Al contrario da rilevare i positivi risultati per le Cinque Terre, probabilmente frutto della specifica azione di marketing svolta nei confronti dei paesi del Nord Europa.

L'**Austria** con 7.392 arrivi costituisce l'1,17% degli arrivi di turisti complessivamente, con un dato relativo alle presenze di 28.224, pari al 2,12%.

Rispetto al 1998 gli arrivi in strutture alberghiere hanno registrato un lieve decremento dello 0,6%, con un incremento delle presenze del 6,54%; decisamente più marcato il trend negativo per quanto riguarda le strutture extralberghiere con un -10,18% di arrivi ed un -3,69% per le presenze.

I dati negativi si devono principalmente ai decrementi che hanno interessato il Capoluogo, ma soprattutto la Riviera con 1.744 arrivi, -6,03%, mentre buoni risultati, pur non sufficienti ad invertire il trend, sono stati registrati nelle Cinque Terre con 1.664 arrivi, +6,53%, e Golfo con 1.145 arrivi, +26,38%.

Sicuramente influenzato il dato dalla forte valenze balneare della domanda austriaca, 46,3% a livello nazionale, che ha subito per il 1999 il maggior potere di attrazione di altri lidi quali la Spagna, come d'altronde anche per i turisti tedeschi.

La **Francia** costituisce il 2,53% degli arrivi complessivi, e l'1,76% delle presenze complessive.

Nel 1999 i suddetti dati in valore assoluto sono stati rispettivamente 10.586 e 23.458; rispetto al 1998 gli arrivi in strutture alberghiere hanno subito un decremento del 2,16%, le presenze relative del 6,15%, e decrementi sulla stessa scala hanno riguardato gli arrivi in strutture extralberghiere, mentre le relative presenze hanno conosciuto un incremento del 3,65%.

La tipologia di domanda nazionale del turista francese registra una discreta attrazione per i centri tipici, 13,5%, i centri minori culturali, 13,8%, l'elemento balneare, 29,6%, nonché un significativo 3,5% per un turismo naturalistico.

A livello locale la distribuzione di presenze ed arrivi rispecchia una tale suddivisione di domanda tuttavia con un andamento negativo rispetto al 1998, in particolare per la zona Val Di Magra.

Il **Regno Unito** ha fatto registrare nel 1999, riguardo a propri turisti giunti nella provincia della Spezia, 7.280 arrivi, 1,74% del complessivo, 20.391 presenze, 1,53% del complessivo.

Gli arrivi in strutture alberghiere nel 1999 sono stati 6.293, +18,74% rispetto al 1998, le presenze 16.339, +13,47%, mentre nelle strutture extralberghiere 987 arrivi, -10,27%, e 4.052 presenze, +15,05%.

La domanda turistica è articolata a livello nazionale sia sulle attrattive culturali, classica 29,4%, minore 20,3%, centro tipico 9%, che balneari 18,5%, con un dato interessante per un turismo commerciale del 4%.

Anche a livello locale la distribuzione di arrivi e presenze rispecchia una tale tipologia di domanda con dati molto interessanti per il Capoluogo, che hanno visto incrementare, rispetto al 1998, gli arrivi in strutture alberghiere del 45% circa, in valori assoluti 2.153 arrivi, a fronte di una permanenza 3.661, +7,96%. Comparando i dati è chiaro come la permanenza (P/A) pari neppure a due notti, indichi come il capoluogo funga per lo più da punto di passaggio; in realtà questo non costituisce, almeno per la città, un elemento negativo, in una logica di sistema turistico, ma deve essere comunque associato ad un'offerta locale che possa essere comunque attrazione per il turista di passaggio, usufruibile anche con una sosta di pochi giorni e comunque con positive ricadute sul tessuto economico sociale locale.

CONCLUSIONI

Massimiliano Curletto

Abbiamo visto come il settore del Turismo sia interessato da una forte espansione che dura ormai da qualche anno e come previsioni di medio e lungo periodo lascino intravedere positive prospettive anche per il futuro.

Sono state evidenziate inoltre le tendenze del turismo che, da un panorama mondiale trovano conferma in ambiti sempre più ristretti fino ad arrivare a situazioni regionali e provinciali.

La consapevolezza diffusa è che ormai il Turismo costituisca una vera e propria industria, sia per risorse di ricchezza mosse che per competenze occupazionali richieste.

In Italia il business delle vacanze rappresenta quasi il 7% del PIL²⁸, il dato per la regione Liguria si assesta intorno a 769 miliardi con il 5,3% della ricchezza totale prodotta²⁹.

L'andamento occupazionale del settore ha visto non solo un forte incremento nel 1999, che si prevede continui almeno per il periodo 2000-2002, ma anche un miglioramento qualitativo della domanda, con richiesta di competenze specifiche manageriali, di marketing e informatiche; in Liguria il dato occupazionale³⁰ si quantifica in circa 38.500 occupati direttamente con un dato, comprensivo dell'indotto, di circa 61.600.

La regione Liguria, e al suo interno la Provincia della Spezia, con un triennio 1997/1999 positivo, si inserisce quindi nelle dinamiche virtuose di un settore che se da un lato acquista sempre più autonomia, dall'altro aumenta i propri legami con altri aspetti della società, che vanno dall'esigenza di miglioramenti infrastrutturali, alla costruzione di sistemi sostenibili, dalla cura e sviluppo dei patrimoni e risorse culturali alla valorizzazione di sistemi turistici locali, come fattori di sviluppo dell'economia in generale.

²⁸ Fonte Il Sole 24 Ore

²⁹ Fonte Confturismo

³⁰ Fonte Confturismo

Il Capoluogo spezzino si trova strutturalmente situato all'interno di un comparto territoriale dotato di importanti risorse attrattive da un punto di vista turistico, rispetto al quale si trova anche spesso in una posizione di passaggio obbligato di transito.

In considerazione del forte sviluppo del settore, della ricchezza monetaria ed occupazionale che è in grado di generare sembra di poter concludere nel senso di dover potenziare la funzione della città come portale di ingresso non a singole località turistiche, bensì a un Sistema locale turistico, dotato di prodotti notevolmente differenziati tra loro, ma con una visibilità unitaria ed una identità forte verso l'esterno.

In tal modo, mediante quindi la costruzione di un *club di prodotto* modulare a seconda del target di utenza cui si vuole e deve fare riferimento, la città potrebbe divenire meta di tipologie di turisti diversi per domanda ed esigenze, ma comunque in grado di assicurare una positiva ricaduta sull'intera città e non solo per quanto riguarda direttamente le strutture ricettive, ma anche altre attività quali quelle commerciali, società di trasporti ecc.

Ovvio che la città **non dovrà essere solo porta di accesso, ma parte del sistema turistico**, valorizzando quelle che sono le sue caratteristiche principali e avendo cura di effettuare ogni scelta nell'ottica della costruzione di una città sostenibile, facile da visitare, in grado, mediante una accorta separazione, di far convivere il lato turistico con quello industriale e portuale.

Si tratta quindi di attuare un approccio qualitativo che tuttavia non preclude anche interventi di carattere quantitativo, quali specifiche politiche dei prezzi, con la definizione ad esempio di pacchetti di offerta in determinati periodi dell'anno non di punta, a prezzi scontati; è in effetti questa una delle iniziative che il capoluogo ha già in corso di realizzazione, favorendo così l'arrivo di turisti in mesi di solito poco frequentati, quindi destagionalizzando i flussi e svolgendo anche una funzione sociale.

La dinamica di sviluppo, anche autonoma della città, porta ad individuare nei seguenti i punti di forza su cui costruire una immagine turistica del capoluogo:

- **Turismo culturale**, seguendo quella che è la tendenza a valorizzare le risorse architettoniche della città, ma in particolare quelle museali, Lia come punta di diamante e come esempio di strutturazione delle future realizzazioni.

Una recente analisi condotta dall'Osservatorio turistico nazionale delle città d'arte, peraltro rilevando la crescente importanza dei centri minori, ha definito la città della Spezia come uno di quei centri che, dotati di una buona offerta culturale,

necessitano di uno sviluppo integrato per esprimersi al meglio, partendo da una riorganizzazione del comparto ricettivo per arrivare ad una infrastrutturazione generale.

L'obiettivo è quello di creare una città sostenibile, ossia adottare quegli strumenti che mentre nei grandi centri consistono in regole di tutela e qualche volta di divieto di sfruttamento e consumo turistico, nei piccoli centri, vista la maggior tolleranza in considerazione dei dati quantitativi di afflussi, possono costituire una modalità per una maggiore e più efficace valorizzazione turistica.

Una città sostenibile è infatti l'applicazione di un turismo responsabile, che mostri una città aperta a tutti, sicura, accessibile anche a turisti con bisogni speciali, quali anziani e bambini, che quindi dia una immagine di tutela dell'ospite, informandolo in modo chiaro, accogliendolo adeguatamente (con prezzi trasparenti e standard certificati), con una rete di servizi organizzata e sincronizzata (trasporti, parcheggi, strutture museali) e la usufruibilità degli esercizi, inserendosi in questo contesto la necessità di apertura degli esercizi commerciali anche nei giorni festivi, gli orari dei musei consoni all'afflusso turistico (orari continuati).

Si tratta di costruire una città ospitale considerando che “quando queste caratteristiche vengono riconosciute e confermate anche all'esterno possono essere trasformate in unicità, elementi positivi che connotano luoghi e modi di lavorare dando un valore aggiunto al sistema ospitale³¹”.

Uno dei temi fondamentali da affrontare, nell'ambito di una città sostenibile, non è solo quello relativo al grado di tolleranza di un singolo museo o di un sistema di beni culturali, ma soprattutto **la capacità economica e finanziaria del sistema culturale**.

È fondamentale evidenziare che la gestione di un bene culturale, che sia monumento o museo, non riesce ad autofinanziarsi, e questo non solo nel nostro Paese, ma necessita di forme di cofinanziamento sia come sussidio pubblico (sistema europeo) che privato (sistema anglosassone).

Il problema è capire se l'amministrazione pubblica è in grado di trovare le risorse per valorizzare e gestire il patrimonio culturale ad un livello di qualità competitivo con l'offerta europea ed internazionale; sembra piuttosto dover concludere in senso negativo a tal proposito, anche in considerazione dell'attuale passaggio dallo Stato

³¹ OTNCA c/o SL&A: “il turismo sostenibile – il grado di ospitalità: la carica dei piccoli”

agli Enti locali, finanziariamente più deboli, della gestione di gran parte del patrimonio³².

Da più parti la soluzione della sostenibilità economica del patrimonio culturale è individuata nell'intervento che imprese, banche, fondazioni possono dare in termini di erogazioni liberali, sponsorizzazioni e partecipazioni societarie.

Tale approccio tuttavia risulta carente per due fondamentali ordini di motivi:

1. il suo carattere mecenatesco, non sottende ad una volontà strategica di valorizzazione culturale;
2. la legislazione italiana, in particolare quella fiscale, rende difficile la deducibilità di costi, sostenuti da privati ad esempio per il restauro di un monumento, negandone talvolta l'inerenza con l'attività di impresa e non riconoscendoli come costi di pubblicità.

Una effettiva soluzione deve quindi basarsi su di un rapporto di scambio e di interesse economico generato dal turismo culturale all'interno della città d'arte.

“La microeconomia del bene culturale è un sistema sostanzialmente in perdita, mentre il sistema macroeconomico generato dall'indotto turistico offerto nella città d'arte è molto redditizio³³.”

Deve essere considerato che il prodotto turistico offerto dalla città, dipende in misura prevalente dal valore intrinseco del patrimonio culturale e dalla sua valorizzazione, mentre il sistema costi e benefici ad esso legato è fortemente sbilanciato a favore dei soggetti privati.

Il soggetto pubblico, su cui pesano quasi interamente gli oneri, ha come rientro la bigliettizzazione, spesso basata su prezzi politici indipendenti dai costi sostenuti, e le entrate di servizi aggiuntivi, quali guide e trasporti pubblici, anch'essi peraltro soggiacenti ad una stessa politica di prezzo e decisamente marginali.

Il sistema turistico di una città d'arte, o comunque di una città che ha come scopo la valorizzazione del proprio patrimonio culturale, costituito da alberghi, ristoranti, agenzie di viaggio, commercio specializzato e generale, non sostiene alcun costo specifico per finanziare il valore del “prodotto cultura”, mentre usufruisce di esternalità decisamente positive cui non corrisponde alcuna forma indennizzante da parte loro nei confronti della società.

³² Cfr in tal senso OTNCA: “La capacità economica dei centri artistici”.

³³ Cfr in tal senso OTNCA, vedi nota 31

Risulta abbastanza logico concludere nel senso che invece i beneficiari del patrimonio culturale di una città d'arte, per quanto riguarda soprattutto il lato economico, debbano contribuire anche al costo della sua valorizzazione e gestione. Ugualmente beneficiari, ma questa volta del lato prettamente culturale, del patrimonio di una città artistica, sono anche ovviamente i turisti; tuttavia la possibilità di reintrodurre, anche se in forma fortemente modificata, una imposta di soggiorno, abolita dal 1989, non sembra una strada da doversi percorrere.

La logica di una tale imposta risiede nel fatto che il turista che soggiorna in un dato luogo gode di servizi pubblici (culturali, parcheggi e trasporti) senza che sia al contempo assoggettato ai tributi locali, al contrario pagati dai residenti.

In verità deve essere considerato che uno dei problemi maggiori dell'offerta turistica italiana è proprio il rapporto qualità-prezzo, già notevolmente alto, o almeno considerato tale, da gran parte dei turisti stranieri; non sembra opportuno quindi inserire ulteriori voci che, come prima conseguenza, avrebbero l'ulteriore incremento dei costi di soggiorno.

Sembra invece individuare nella partecipazione dei soggetti locali del turismo al costo di valorizzazione del patrimonio locale, la strada da percorrere, ovviamente facendo in modo che questo non costituisca incremento dei loro prezzi al pubblico, ritornando altrimenti in campo, per altra via, il problema che sconsiglia l'applicazione di una imposta di soggiorno.

A tali fini potrebbero essere costituite opportune figure giuridiche, consorzi ma anche società di capitali, aventi come oggetto sociale la valorizzazione del patrimonio culturale, cui dovrebbero partecipare soggetti pubblici e soggetti privati. In tal modo si realizzerebbe quel connubio funzionale tra pubblico e privato necessario ad uno sviluppo sostenibile della città.

In realtà l'oggetto sociale di una tale forma giuridica dovrebbe essere più vasto, comprendendo in sé tutte quelle attività finalizzate alla costruzione, promozione e gestione dell'offerta culturale del Sistema Locale del Turismo, e secondo una esperienza che anche il Comune della Spezia sta in verità cercando di attuare, e di cui si daranno maggiori dettagli nel prosieguo delle conclusioni;

- **Turismo congressuale**, costituisce un importante fetta delle entrate turistiche italiane, pur non essendo oggetto di particolari attenzioni.

L'offerta internazionale al contrario è contraddistinta da una notevole specializzazione e attenzione in merito.

In Italia le dinamiche relative al numero di congressi sono negative, da ascrivere tuttavia, per l'anno 2000, all'effetto Giubileo, le cui previsioni di caos associato hanno spinto non solo stranieri, ma anche italiani, a rivolgersi all'estero.

Considerando tuttavia la carenza di una specifica attenzione nel mercato italiano, l'esistenza di quei presupposti ambientali e culturali extra-convegno, che costituiscono una forte componente di attrazione, è comunque prevedibile che la realizzazione di specifiche strutture possa essere foriera di sviluppi anche in questo comparto di settore.

Associate vi devono essere però forti opere infrastrutturali, da potenziare e velocizzare è sicuramente il collegamento con gli aeroporti, e di riorganizzazione urbana, peraltro già in essere. Si ribadisce il concetto di città sostenibile come città aperta e trasparente, sia per flussi di informazioni che di relazione con personale competente.

Una logica di sistema dovrà quindi sottendere ad ogni servizio, dovendosi procedere ad integrare, come già accennato, arrivi e partenze, l'intermodalità dei trasporti, la sicurezza del turista, esigenza ancor più sentita in un turismo d'affari.

Il turismo congressuale quindi sottende una serie di interventi che sono sia a monte che a valle della semplice realizzazione di strutture ad hoc; in tal modo il comparto costituisce una di quelle manifestazioni del turismo in cui "l'offerta crea la domanda", oltretutto, quest'ultima, caratterizzata da un aspetto di rigidità, ossia sostanzialmente svincolata da andamenti macroeconomici e di conseguenza più prevedibile.

I punti sopra descritti costituiscono i principali assi di intervento affinché la città assuma un ruolo nell'ambito di un Sistema Locale del Turismo e non ne costituisca solo porta di accesso e transito.

Alcuni degli obiettivi sono ovviamente di breve periodo altri sono raggiungibili nel medio lungo.

Nella costruzione di una città sostenibile , indispensabile e trasversale ad ogni altra iniziativa, ovviamente le opere infrastrutturali riguardano il medio lungo periodo, ma in tempi molto più stretti, in attesa del completamento di tali interventi, deve esservi l'adozione di una **strategia di sistema**, lo si ribadisce; in cui alla competenza del personale si associno punti di informazione diffusi, la sincronizzazione degli orari di strutture e trasporti, la visibilità della città nelle sue peculiarità, l'utilizzazione di strumenti

innovativi per prenotazioni in alberghi o scelta d itinerari. È fondamentale la collaborazione attiva dei soggetti privati, che sappiano recepire e diffondere una tale logica sistemica.

Una città che si offre in questo modo è anche una città in grado di assorbire, inserendo in un circolo virtuoso per l'intera economia, i positivi andamenti dei flussi turistici.

La realizzazione di una struttura crocieristica, ma anche di una centro diportistico di grandi dimensioni, e soprattutto più legato alla città, sono solo alcune delle occasioni di afflussi turistici, per i quali si dovrà essere in grado di fornire servizi e qualità, in modo che anche un turista "one-day", quale potrebbe essere il passeggero di una nave in transito, costituisca effettiva ricaduta economica per la città. Si deve operare affinché la città sia turisticamente "satura", non solo nell'offerta ricettiva, ma anche degli esercizi pubblici, oltre ovviamente alle componenti culturali, e non solo "affollata", tipico fenomeno negativo di una stazione di transito, non solo marittima, di cui il capoluogo è stato ad oggi esempio (vedi i traghetti per Corsica e Sardegna).

Abbiamo quindi parlato di Sistema Locale del Turismo, e quindi di dimensioni sovra-comunali, di creazione di una città sostenibile, di valorizzazione del patrimonio turistico e culturale, di promozione del Sistema nel suo complesso; resta da vedere come poterlo fare.

È necessaria la costituzione di uno strumento operativo cui demandare tali funzioni; la tendenza attuale è quella di costituire società di capitali miste, pubbliche e private, in grado, vista la loro struttura privatistica e la partecipazione dei privati stessi, di garantire maggiore efficienza decisionale e gestionale, nonché risorse finanziarie.

Sembrano quindi queste le strutture in grado risolvere i problemi di concertazione tra gli interessi dei diversi soggetti, assicurare una visione sovra-comunale alla gestione delle risorse turistiche, mediante la partecipazione di Enti pubblici quali province, comuni, APT, Camere di commercio ma anche soggetti privati quali associazioni di categoria o singoli imprenditori.

Una delle realtà più vivaci in questo ambito è costituita da *Rimini Turismo*, in corso di trasformazione da azienda speciale in società per azioni.

Il suo nuovo statuto³⁴ sembra molto interessante soprattutto nei punti in cui, nel prevedere l'ingresso di soci privati, distingue il caso in cui alla partecipazione non sia associato nessun poter aggiuntivo, non dovendosi quindi procedere ad alcuna forma di selezione

³⁴ Cfr in tal senso Il Sole 24 Ore: "Turismo, il Comune segue la scia della SpA.

pubblica, ad altro caso in cui invece all'ingresso sia collegato uno specifico potere di gestione o funzionale della società, come ad esempio attività di promozione ed organizzazione di eventi; quest'ultima fattispecie prevede infatti un procedura di selezione di evidenza pubblica, cui demandare la designazione di soggetti competenti cointeressati finanziariamente e funzionalmente.

Si deve peraltro rilevare come in questo senso si stia cercando di operare anche nell'ambito della Provincia della Spezia, dove le attività per la costituzione di una Srl che, per ora, vedono coinvolte Provincia, Comune e APT locale, ma per la quale si prevede l'allargamento ad altri comuni, enti e soggetti privati, pur sempre nella maggioranza pubblica, indicano come anche in questo territorio siano mature le condizioni di un approccio sistematico per la gestione e valorizzazione del settore Turismo inteso come, pur nelle sue diverse manifestazioni e tipologie, fonte unica di produzione di ricchezza.

NOTA BIBLIOGRAFICA

Studi, ricerche, pubblicazioni

- Ciset: “Rapporto previsionale TRIP 2000 – il movimento internazionale da e per l’Italia.....” – Febbraio 2000
- CONFCOMMERCIO: “Principali indicatori del mercato turistico in Liguria” – Gennaio 1999
- CONFCOMMERCIO: “Rapporto turismo 1999” – Gennaio 2000
- CIRM: “l’offerta turistica italiana” – Gennaio 2000-04-26
- CIRM: “Il Turismo italiano visto dall’estero” – Gennaio 2000
- CIRM: “Trasporti urbani nel mirino” – Gennaio 2000
- CIRM: “Bilancio e previsioni occupazionali nel Turismo” (estratto) – Gennaio 2000
- WTO: “Marketing Tourism destinations on line” (Introduction) – Dicembre 1999
- TOURING CLUB ITALIANO: “La marca Italia – analisi di marketing per il Turismo 2000” – dicembre 1999
- TOURING CLUB ITALIANO – MICA: “VIII° rapporto Turismo” (estratto) – Gennaio 1999
- REGIONE LIGURIA – APT Liguria: “Progetto Bandiere Arancioni” – Novembre 1999
- COMUNE DI GENOVA – ASSESSORATO AL TURISMO: “Genova ed il Turismo: alta stagione tutto l’anno” – Dicembre 1998
- ILRES – OSE: “Turismo in Liguria – evoluzione della domanda.....” – 1998
- ENIT: “Mercati e prodotti turistici”- Febbraio 2000
- OSSERVATORIO TURISTICO NAZIONALE DELLA CITTÀ D’ARTE: “Il Turismo sostenibile”

Periodici e quotidiani

- IL SOLE 24 ORE: “Rapporto Turismo” – Febbraio 2000
- IL SOLE 24 ORE: “Il Comune segue la scia delle SpA” – Febbraio 2000
- IL SOLE 24 ORE: “Per l’Agriturismo nel bilancio ’99 13 mln di presenze” – Febbraio 2000
- IL SOLE 24 ORE: “L’Agriturismo promette 250mila nuovi occupati” – Febbraio 2000
- IL SOLE 24 ORE: “Rapporto Hi-Tech e consumi” – Marzo 2000
- IL SOLE 24 ORE: “Speciale crociere” – Aprile 2000
- IL SOLE 24 ORE: “Travelonline.it lancia la vendita di biglietti via internet...” – Marzo 2000
- IL SOLE 24 ORE: “ Agenzie di viaggio allarme internet” – Aprile 2000
- IL SOLE 24 ORE: “ La logistica frena i flussi turistici” – Aprile 2000
- IL SECOLO XIX: “L’offerta bed & breakfast” – marzo 2000
- IL SECOLO XIX: “Nasce la strada del vino” – aprile 2000
- IL SECOLO XIX: “Un museo delle FFAA in Arsenale” – marzo 2000
- IL SECOLO XIX: “Una mappa per guidare i turisti stranieri sui sentieri” – Marzo 2000
- IL SECOLO XIX: “Cinqueterre, Vernazza non ha più segreti per chi naviga in rete” – Marzo 2000

- IL SECOLO XIX: “Il turismo si allea con l’agricoltura” – Aprile 2000
- IL SECOLO XIX: “a Parigi i Vini spezzini” – Marzo 2000
- IL SECOLO XIX: “Cinque Terre si insedia il Parco Nazionale” – Marzo 2000
- REGIONE LIGURIA – UFFICIO STATISTICA: “Bollettino Statistico regionale” n. 6/1999.

Normative citate

Normativa nazionale

- Legge 488/1992
- Delibera CIPE 21 Marzo 1997 – disciplina della Programmazione Negoziata
- Legge 449/97, art. 9 comma 1 – applicabilità legge 488 al settore Turismo
- DM 20 Luglio 1998 – decreto attuazione 488 turismo
- Disegno di legge – trasformazione ENIT in Spa
- Disegno di legge – riforma settore Turismo, decentramento funzioni

Normativa regionale

- Documento Unico di Programmazione 2000-2006 (bozza)
- L.R. 39/89 – agriturismo
- L.R. 13/92 – strutture extralberghiere
- L.R. 3/95 – riorganizzazione degli enti del settore Turismo
- L.R. 15/98 – costituzione APT Liguria
- L.R. 44/99 – professioni turistiche
- L.R. 5/00 – integrazione alla Legge 13/92
- L.R. 17/00 – abrogazione norme di incentivazione
- L.R. 19/00 – testo unico incentivi al settore turismo
- Delibera 1615/99 della Giunta regionale – approvazione programma turistico per il 2000

Fonti dati statistici (non ricompresi all'interno di studi o articoli già citati)

- World Tourism Organization
- Ufficio Italiano Cambi
- ISTAT
- Regione Liguria – Ufficio Statistica
- APT Golfo dei Poeti e Cinque Terre