

OSSERVATORIO PERMANENTE SULLE PROPOSTE DI VIAGGIO FORMULATE DAI TOUR OPERATOR

*Parte I - Analisi del comparto turistico e
primi elementi conoscitivi in materia di turismo
sostenibile*



Maggio 2009



**Ente Bilaterale
Nazionale Turismo**



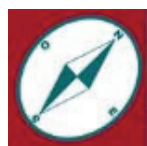
FEDERCONSUMATORI



Ente Bilaterale Nazionale Turismo

Osservatorio permanente sulle proposte di viaggio formulate dai Tour Operator

PARTE I - ANALISI DEL COMPARTO TURISTICO E PRIMI ELEMENTI
CONOSCITIVI IN MATERIA DI TURISMO SOSTENIBILE



FEDERCONSUMATORI

ASSOCIAZIONE NAZIONALE DI CONSUMATORI E UTENTI

Maggio 2009

ENTE BILATERALE NAZIONALE DEL TURISMO

Osservatorio permanente sulle proposte di viaggio formulate dai Tour Operator

PARTE I - ANALISI DEL COMPARTO TURISTICO E PRIMI ELEMENTI CONOSCITIVI
IN MATERIA DI TURISMO SOSTENIBILE

Coordinamento generale: Mauro Zanini— Vicepresidente nazionale Federconsumatori

Gruppo di lavoro:

Massimiliano Vigarani, Giuseppe Sandro Dima — Federconsumatori

Roberta Telesca — Ente Bilaterale Nazionale del Turismo



Ente Bilaterale Nazionale del Turismo

Via Lucullo 3, 00187 Roma

Tel. +39 06 42012372

Fax. +39 06 42012404

E-mail: info@ebnt.it

<http://www.ebnt.it>



Federconsumatori

Via Palestro 11, 00185 Roma

Tel. +39 06 42020755

Fax. +39 06 47424809

E-Mail: federconsumatori@federconsumatori.it

<http://www.federconsumatori.it>

PRESENTAZIONE

Il comparto turistico rappresenta, per il Sistema Italia, uno dei principali settori produttivi. La molteplicità dei fattori, interni ed esterni, che determinano la spiccata dinamicità del settore nel suo insieme, richiederebbe un costante monitoraggio sul complesso dei fenomeni che lo caratterizzano.

La statistica ufficiale mostra, invece, evidenti lacune informative, limitandosi ad analizzare soltanto alcune delle principali dimensioni che caratterizzano il settore nel suo complesso: la capacità degli esercizi ricettivi, il movimento dei clienti negli esercizi ricettivi, la bilancia dei pagamenti turistica, i viaggi e le notti degli italiani all'estero e degli stranieri in Italia.

La parzialità nella copertura informativa del fenomeno complessivo si ripercuote sulla capacità, da parte della statistica ufficiale, di rappresentare sempre un valido strumento di supporto per i decisori nella fase di programmazione a medio – lungo termine in un settore, come quello turistico, nel quale risulta fondamentale attuare iniziative organiche idonee alle effettive esigenze delle componenti che operano nel comparto.

In tal senso, a livello nazionale, risulta evidente l'assenza di valutazioni strutturate sui livelli tariffari, sulla competitività dei sistemi locali, sulle pratiche di sostenibilità del turismo e su altre importanti dimensioni d'analisi.

Federconsumatori da alcuni anni, grazie ad una consolidata metodologia di analisi statistica, cerca di colmare alcune di queste lacune informative svolgendo indagini mirate a valutare le dinamiche dei prezzi praticati nelle strutture ricettive nazionali e in questa sede, grazie alla lodevole iniziativa dell'Ente Nazionale Bilaterale del Turismo, estende tale indagine ai principali competitors del Sistema Italia.

Lo scopo della presente indagine è, appunto, quello di costituire un Osservatorio permanente sulle proposte di viaggio, relative alle destinazioni turistiche estere in concorrenza con quelle italiane, formulate da un numero rilevante fra i maggiori Tour Operator che operano nel mercato nazionale.

*La pubblicazione di questo lavoro mette a disposizione dati ed analisi funzionali allo start-up dell'Osservatorio e propone, a corredo della dimensione tariffaria, un quadro macroeconomico di analisi del settore turistico e una sezione dedicata alla sostenibilità del turismo, con alcuni primi elementi di riflessione per la costruzione di un sistema per la sua valutazione e la sua misurazione. **Questa prima parte è dedicata alla presentazione di un quadro conoscitivo macroeconomico di sintesi del comparto turistico e all'illustrazione di una gamma di primi elementi conoscitivi in materia di sostenibilità del turismo.** La parte II del rapporto è dedicata alla dimensione tariffaria.*

L'auspicio è quello di raccogliere la dovuta attenzione che permetta la continuità del lavoro e l'ampliamento dei tematismi di indagine, allo scopo di raggiungere un livello di rilevazione e di analisi quanto più possibile esauriente e soddisfacente per le esigenze degli Operatori del settore e degli utenti che usufruiscono dei servizi offerti.

I curatori del Rapporto:

Giuseppe Sandro Dima, Massimiliano Vigarani



Ente Bilaterale Nazionale Turismo

L'ENTE BILATERALE NAZIONALE DEL TURISMO (EBNT), è un organismo paritetico costituito nel 1991 dalle organizzazioni sindacali nazionali dei datori di lavoro e dei lavoratori maggiormente rappresentative nel settore Turismo: Federalberghi, Fipe, Fiavet, Faita, Federreti, Filcams - CGIL, Fisascac - CISL, Uiltucs - UIL.

EBNT, è un ente senza fini di lucro e costituisce uno strumento per lo svolgimento delle attività individuate dalle parti stipulanti il CCNL Turismo in materia di occupazione, mercato del lavoro, formazione e qualificazione professionali.

EBNT svolge e promuove attività di studio e ricerca, sperimentazione, documentazione, informazione e valutazione. Fornisce un supporto tecnico- scientifico e alla rete degli Enti Bilaterali Territoriali sulle politiche e sui sistemi della formazione e dell'apprendimento continuo, del mercato del lavoro e dell'inclusione sociale, ne coordina il lavoro e ne definisce le linee operative di indirizzo.

EBNT riveste un ruolo determinante nella creazione e consolidamento dell'occupazione di settore e ne studia l'evoluzione, anche in relazione al tema delle pari opportunità, promuovendo interventi mirati volti al superamento di ogni forma di discriminazione nel luogo di lavoro.

L'impegno di EBNT, inoltre, è quello di offrire risposte alle situazioni di crisi congiunturali che si manifestano sul territorio nazionale, intervenendo con forme di sostegno al reddito a favore dei lavoratori dipendenti, salvaguardando l'occupazione e la professionalità degli addetti.

EBNT ha investito sul valore della bilateralità, interpretando le relazioni tra l'impresa e il sindacato come una risorsa.

*Il Presidente
Gabriele Guglielmi*

*Il Vice Presidente
Giuseppe Cassarà*



FEDERCONSUMATORI

ASSOCIAZIONE NAZIONALE DI CONSUMATORI E UTENTI

***Federconsumatori**, costituita nel 1988 con il contributo della Cgil, è un'associazione senza scopo di lucro che ha come obiettivi prioritari l'informazione e la tutela dei consumatori ed utenti. Alla sua costituzione hanno contribuito anche esperti di consumerismo operanti nell'ambito dell'Università, dell'informazione e del Parlamento, impegnati da anni in difesa dei diritti dei consumatori.*

***Federconsumatori** è presente su tutto il territorio nazionale con una rete capillare di sportelli per fornire assistenza e consulenza a tutti i cittadini. Possono accedere agli sportelli e alle sedi dell'associazione tutti i consumatori indistintamente. Gli operatori degli sportelli svolgono soprattutto un'attività di informazione dei consumatori, dei loro diritti, delle leggi vigenti e delle azioni da intraprendere per risolvere i loro problemi.*

I servizi di informazione, consulenza ed assistenza sono espletati da esperti qualificati. Il consumatore che lo desidera può associarsi alla Federconsumatori ed usufruire del relativo servizio di sportello versando una quota fissa annua. Per specifici interventi di natura tecnico-legale dovranno essere corrisposte spese ed onorari di spettanza dei professionisti indicati dalla Federconsumatori, che applicheranno gli onorari minimi previsti dai rispettivi ordini professionali.

La Federconsumatori che già da venti anni opera con competenza e professionalità nella difesa dei diritti dei consumatori, ha promosso molteplici iniziative, incontri, dibattiti, conferenze, ricerche e campagne informative, a diversi livelli: locale, nazionale ed europeo.

L'associazione collabora con istituzioni comunitarie e nazionali: Commissione Europea per le politiche dei consumatori, Parlamento Europeo, il Comitato economico e sociale, i Ministeri, il CNEL, la Commissione di garanzia legge n. 146/90, le Regioni, le Province, i Comuni e le Camere di Commercio.

*Il Presidente
Rosario Trefiletti*

*Il Vice Presidente
Mauro Zanini*

INDICE

Introduzione	9
1. Il comparto Turistico: Elementi di analisi	11
1.1 I parametri di competitività del “Sistema Italia”	15
1.2 I viaggiatori stranieri in Italia	18
1.3 I viaggiatori Italiani	24
1.4 I viaggi degli Italiani all'estero	26
2. Sostenibilità e turismo	33
2.1 Il concetto di sostenibilità	33
2.2 Il ruolo dei Tour Operator	37
2.3 Indicatori di monitoraggio della sostenibilità turistica dei Tour Operator	40
2.4 La costruzione di un Quadro Conoscitivo dedicato alle azioni messe in campo dai Tour operator in materia di sostenibilità del turismo	42
3. Bibliografia	45

Introduzione

I numeri del turismo

Il comparto economico “Viaggi e Turismo”, comprende importanti settori industriali e commerciali della struttura produttiva italiana e di numerosi Paesi, tanto **da poter essere considerato uno dei principali volani dell'economia mondiale**. I trasporti, le strutture ricettive e ristorazione, i servizi di assicurazione per il viaggiatore, l'intrattenimento, l'intermediazione turistica, sono solo alcune delle principali attività che costituiscono il comparto.

Si tratta di un settore il cui volume d'affari è in costante crescita e costituisce, in modo strutturale, una delle principali branche dell'economia italiana. L'apporto nella composizione complessiva del Prodotto Interno Lordo (PIL) del Paese è stimato intorno ai 10 punti percentuali, occupa circa 2,5 milioni di persone, corrispondenti ad oltre il 10% del complesso degli occupati. Cifre, quest'ultime, utili a farci comprendere a pieno l'impatto del comparto e la necessità di comprendere a pieno le dinamiche evolutive del settore.

La descrizione del progetto

Il presente lavoro, si propone di raccogliere ed analizzare i principali indicatori disponibili, da fonti ufficiali ed autorevoli, al fine di descrivere lo stato attuale del comparto turismo, inteso sia come sistema ricettivo di turisti Italiani e stranieri sul territorio Italiano sia come flussi di residenti nel nostro Paese che si recano all'estero per trascorrere i periodi di vacanza.

Obiettivo dichiarato del progetto è quello di sviluppare un sistema di raccolta ed analisi di dati che consente di **“misurare” e “monitorare” la competitività del sistema “Turismo Italia”** con gli altri paesi Europei e del bacino del Mediterraneo. Costituire, quindi, un “Osservatorio permanente” sull'offerta turistica in ambito nazionale.

Come anticipato nella presentazione, in questa prima fase di start-up del progetto, si è pensato di strutturare l'Osservatorio in due parti (I e II) dedicate a tematismi differenti che concorrono a descrivere il *macro-tema Turismo*:

- **Parte I - Analisi del comparto turistico e primi elementi conoscitivi in materia di turismo sostenibile**: la prima parte (presentata nelle pagine che seguono) è dedicata alla illustrazione di un quadro conoscitivo macroeconomico di sintesi sul comparto turistico e alla descrizione di alcuni elementi di analisi in materia di sostenibilità del turismo. Il tema relativo alla Sostenibilità del turismo è stato affrontato sulla base delle pratiche dichiarate dai Tour Operator¹ nei rispettivi siti internet e nei cataloghi promozionali.

- **Parte II - Analisi degli aspetti tariffari nelle località estere**: la seconda parte è dedicata all'analisi della dimensione tariffaria e alla presentazione di un'indagine condotta sulle proposte di viaggio formalizzate dai principali Tour Operator che operano nel mercato Italiano. A livello nazionale sono attive diverse tipologie di segmenti turistici, fra i quali la statistica ufficiale (Istat) individua: il turismo balneare, il turismo lacuale, il turismo termale e del benessere, il turismo rurale e collinare, il turismo d'affari e congressuale, il turismo nelle città d'arte e il turismo montano. Ogni segmento è caratterizzato da dinamiche specifiche correlate da una offerta diversificata e proveniente da differenti tipologie di operatori oltre che da fattori riconducibili a contesti congiunturali e temporali.

In questa fase di start-up ci si concentra su due segmenti dell'offerta turistica, limitatamente ad un solo arco temporale, per ciascuna tipologia, con soggiorno in albergo o villaggio turistico:

- ◆ **Turismo balneare**, con destinazioni nelle località dei seguenti Paesi europei e del bacino del Mediterraneo: Slovenia, Croazia, Grecia, Spagna, Marocco, Tunisia, Egitto e Turchia. Il periodo di riferimento è Ferragosto 2009 (settimana che va dal 10 al 16 agosto) con un soggiorno con trattamento a pensione completa, in camera doppia/unità abitativa di tipo

¹ Imprese commerciali che vendono, creano o “assemblano” pacchetti turistici, generalmente inclusivi di pernottamenti alberghieri e/o trasferimenti (per esempio biglietti aerei), polizze assicurative, pernottamenti, e altri servizi in loco. I Tour Operator campionati, selezionati in base al fatturato e alla tipologia di mete turistiche inserite nelle proprie offerte, sono: Costa Crociere, Alpitour World (Alpitour, Francorosso, Viaggidea, Volando, Karambola, Villaggi Bravo), Gruppo Ventaglio (Ventaglio, Columbus, Caleidoscopio, Best Tours, 105 travel), MSC Crociere, Teorema, Valtour, Eden Viaggi, Eurotravel, Veratour, Boscolo Tours, CTS, Settemari, I Grandi Viaggi.

standard.

- ◆ **Turismo nelle città d'arte/capitali**. Per tale tipologia turistica sono state analizzate le offerte con destinazione nelle principali città/capitali europee. Il periodo di riferimento va dal 30 maggio al 2 giugno. Periodo che comprende il ponte previsto per la festività nazionale della Festa della Repubblica, con trattamento di pernottamento e colazione in camera doppia di tipo standard.

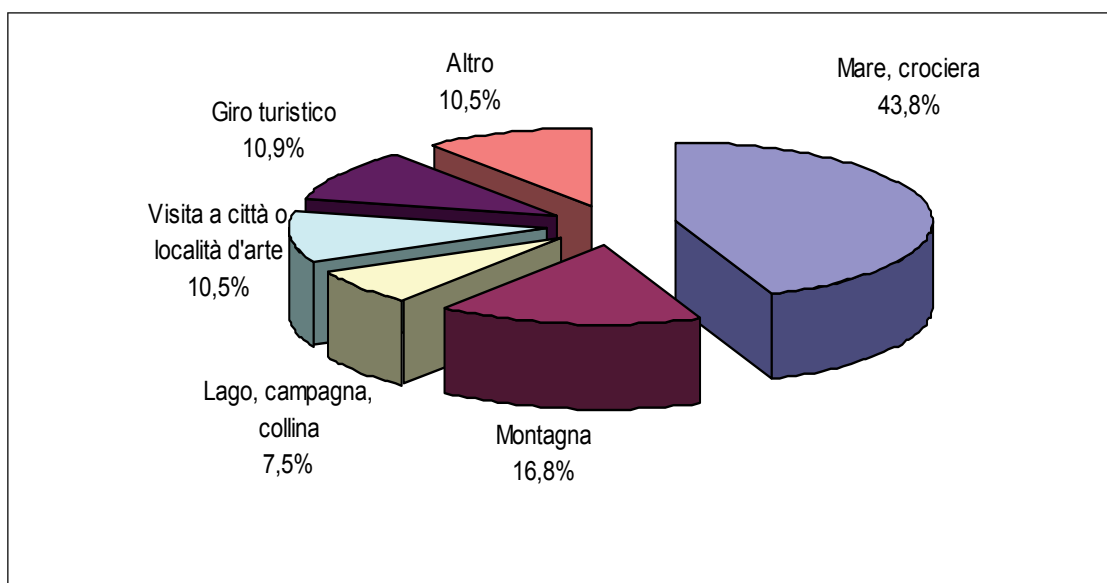
In entrambi i casi, i pacchetti vacanza presi in esame sono comprensivi di viaggio aereo di andata e ritorno con partenza dagli aeroporti con sede nelle città di Milano e Roma.

D'altra parte, **dati Istat evidenziano che nel corso del 2008, il 43,8% delle vacanze effettuate per riposo, piacere o svago è stato trascorso in una località di mare e nel 10,9% dei casi in una città/località d'arte**. Inoltre, la maggior incidenza di residenti in Italia che dichiarano di aver effettuato almeno un viaggio si registrano nei periodi di aprile-giugno (24,6 Italiani su 100) e luglio-settembre (48,2 Italiani su 100). Infine, l'aereo è il secondo mezzo, dopo l'automobile, utilizzato dagli Italiani per recarsi in vacanza.

Sempre con riferimento alla Parte II, l'indagine è corredata dai dati relativi alla gamma di agevolazioni tariffarie e di servizi offerti dai Tour Operator campionati, ossia l'offerta di servizi aggiuntivi a quello dell'acquisto del pacchetto vacanza. L'indagine è stata condotta nel periodo marzo-aprile 2009.

Graf. 1 – Vacanze di riposo/piacere/svago per tipologia. Valori % anno 2008.

Fonte: Istat. Dati provvisori



Tab. 1 — Persone che, nel corso del 2008, hanno effettuato almeno un viaggio distinte per trimestre, tipologia del viaggio e sesso. Valori % per 100 residenti.

Fonte: Istat. Dati provvisori

Sesso	Periodo dell'anno e tipologia di viaggio											
	Gennaio — marzo			Aprile — giugno			Luglio — settembre			Ottobre — dicembre		
	vacanza	viaggio di lavoro	Almeno un viaggio	vacanza	viaggio di lavoro	Almeno un viaggio	vacanza	viaggio di lavoro	Almeno un viaggio	vacanza	viaggio di lavoro	Almeno un viaggio
Maschi	22,9	5,3	26,1	24,6	4,5	27,0	49,5	51,0	51,2	20,1	6,4	24,1
Femmine	21,4	1,5	22,1	24,6	1,9	25,4	47,0	1,7	47,3	19,4	1,8	20,4
Totale	22,2	3,3	24,1	24,6	3,2	26,2	48,2	3,3	49,2	19,8	4,1	22,2

1. Il comparto Turistico: Elementi di analisi

Il Quadro economico di riferimento

Nel corso del 2008, il PIL generato, in ambito nazionale, dalle attività connesse al settore “Viaggi e Turismo” è pari a 227,9 miliardi di dollari USA (+7,4% rispetto al 2007), corrispondenti al 9,6% del totale del PIL. Le forze di lavoro che hanno trovato impiego nel comparto sono complessivamente 2.585.250 unità, corrispondenti all’11% del complesso degli occupati, di cui 1.022.920 unità nell’industria diretta e la restante quota nell’indotto².

L’analisi di breve periodo, rivela che al consistente trend economico registrato dal 2004 al 2008, (+28,2% del PIL complessivo e +25,9% del PIL riconducibile all’industria diretta) non è corrisposto una crescita in termini di occupazione lavorativa. Infatti, i dati relativi alle forze di lavoro occupate nel comparto presentano una sostanziale stabilità del dato.

Gli effetti della crisi economico-finanziaria che sta interessando l’economia nel suo complesso, non mancheranno di farsi sentire anche nel comparto turistico. Infatti, per il 2009 è stimata una flessione del PIL derivante dall’industria turistica, in termini reali, intorno a 4,4 punti % (-3,5% nella UE) ed una perdita di circa 100mila posti di lavoro, rispetto al 2008.

Le previsioni per i prossimi 10 anni (2009 – 2019) stimano una crescita, in termini di PIL generato dal settore turismo, corrispondente ad un tasso medio annuo dell’1,9%, ad un ritmo, quindi, inferiore alla media dell’UE che nel complesso crescerà di 2,7 punti % l’anno.

Nelle previsioni l’Italia insieme alla Spagna sono i Paesi con il minor tasso di crescita. Per contro le economie che lasciano prevedere una maggior espansione del settore sono relative ai Paesi di recente ingresso nell’UE: Lituania (+5,9%), Repubblica Slovacca (+5,9%) e Romania (+5,8%).

Tra i Paesi UE, è la Francia la nazione che genera la maggior quota di PIL riconducibile alle attività del settore “Viaggi e turismo”, seguita da Germania, Spagna e Italia che nel complesso contribuiscono con una quota % di oltre 60 punti alla composizione del PIL, relativo al comparto “Viaggi” e Turismo”, dell’Unione Europea e che allo stesso tempo costituiscono i Paesi con il maggior numero di occupati nel settore.

Tab. 1.1 – Pil del comparto “Viaggi e Turismo”, nel complesso e nell’industria diretta, valori assoluti in miliardi di dollari USA a valori correnti e valori % sul totale del PIL. Periodo 2004 – 2008
Fonte: World Travel and Tourism Council

Prodotto Interno Lordo	Anno									
	2004		2005		2006		2007		2008	
	Totale	Industria diretta	Totale	Industria diretta	Totale	Industria diretta	Totale	Industria diretta	Totale	Industria diretta
Val. ass. In mld di US\$	177,8	133,7	177,3	133,8	188,0	139,5	212,2	152,8	227,9	168,3
Val. % sul totale PIL	10,3	4,3	10,0	4,1	10,1	4,1	10,1	4,0	9,8	4,0

Tab. 1.2 – Occupati nel comparto “Viaggi e Turismo”, nel complesso e nell’industria diretta, valori assoluti in migliaia di unità e valori % sul totale degli occupati. Periodo 2004 – 2008
Fonte: World Travel and Tourism Council

Occupati	Anno									
	2004		2005		2006		2007		2008	
	Totale	Industria diretta	Totale	Industria diretta	Totale	Industria diretta	Totale	Industria diretta	Totale	Industria diretta
Val. ass. x 1.000	2.545	1.015	2.491	1.005	2.590	1.030	2.623	1.012	2.585	1.023
Val. % sul totale occupati	11,4	4,5	11,0	4,4	11,3	4,5	11,3	4,4	11,0	4,3

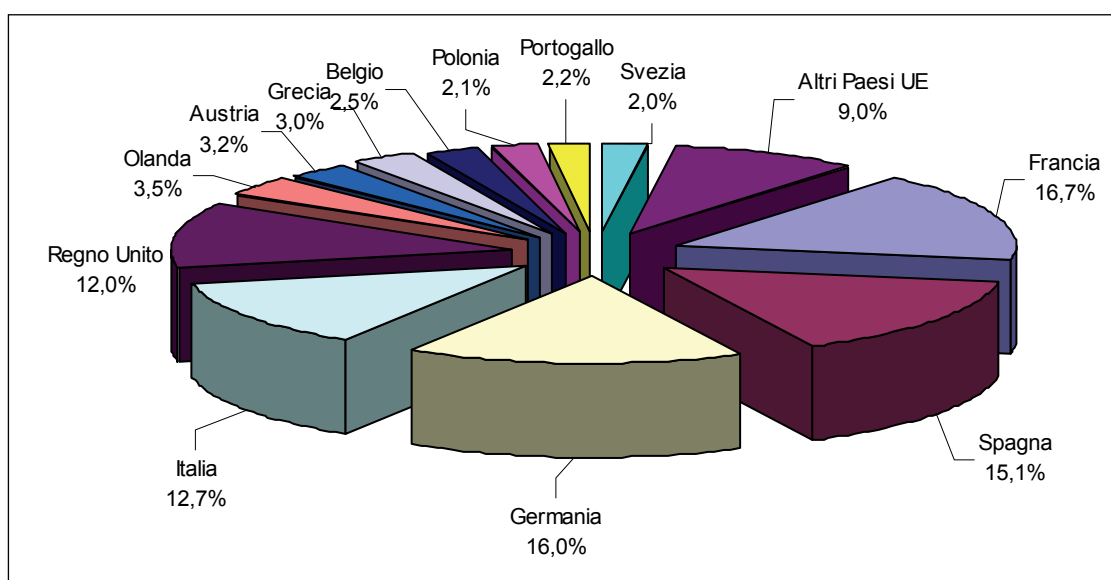
² Per una analisi più dettagliata ed esaustiva sul Mercato del Lavoro nel settore turistico si rimanda alle pubblicazioni: EBNT, “La condizione lavorativa nel settore del Turismo” - anno 2009; EBNT, Federalberghi, Fipe—Confcommercio, “Osservatorio sul mercato del lavoro nel turismo”, anno 2007; EBNT, Federalberghi, “Mercato del lavoro nel settore turismo”, anno 2006

Tab. 1.3 – Pil in mld di US\$, % di incidenza sul totale del PIL nazionale e previsione delle variazioni medie annue del PIL del comparto turistico relativo al periodo 2009 – 2019, occupati in valori assoluti e % di incidenza sul totale degli occupati nei Paesi dell’UE. Stime anno 2009
Fonte: World Travel and Tourism Council

Paesi UE	PIL generato dal settore Turismo e Viaggi.			Occupati nel settore Viaggi/Turismo	
	Valore assoluto in mld. di dollari	% PIL totale	Variazione media annua periodo 2009-2019	Valore assoluto, stimato, in migliaia di unità	% di incidenza, sul complesso degli occupati
Austria	53,9	13,7	+ 3,5	661	15,8
Belgio	41,9	8,7	+ 2,5	394	8,9
Bulgaria	4,9	10,0	+ 5,4	276	8,5
Cipro	4,5	18,3	+ 4,5	87	22,9
Danimarca	25,7	8,0	+ 3,1	217	7,8
Estonia	3,7	15,8	+ 4,3	90	13,7
Finlandia	20,4	7,8	+ 3,5	207	8,2
Francia	278,2	10,2	+ 2,4	3.164	12,4
Germania	267,3	7,9	+ 2,5	3.233	8,1
Grecia	49,2	16,2	+ 3,5	894	19,6
Irlanda	17,4	6,5	+ 3,3	122	5,8
Italia	212,5	9,6	+ 1,9	2.479	10,6
Lettonia	2,3	6,7	+ 4,8	63	5,8
Lituania	2,7	5,7	+ 5,9	73	4,8
Lussemburgo	4,7	8,8	+ 3,4	28	12,7
Malta	1,9	22,6	+ 4,0	43	27,1
Olanda	58,5	7,1	+ 2,2	500	6,8
Polonia	34,8	7,7	+ 5,6	1.117	7,2
Portogallo	36,2	15,6	+ 3,6	975	18,9
Regno Unito	200,1	9,4	+ 2,9	2.947	9,6
Rep. Ceca	22,9	10,9	+ 5,1	497	10,1
Rep. Slovacca	13,2	14,1	+ 5,9	295	12,3
Romania	9,9	5,7	+ 5,8	582	6,8
Slovenia	6,8	12,3	+ 4,4	116	13,6
Spagna	251,5	16,3	+ 1,9	3.381	17
Svezia	32,7	7,4	+ 3,4	336	7,3
Ungheria	9,5	6,3	+ 3,4	226	5,8
Totale UE	1.667,5	9,9	+ 2,7	23.002	10,4

Graf. 1.1 – Composizione % della composizione del Pil dell’unione Europea comparto “Viaggi e Turismo” per Paese UE. Stime anno 2009.

Fonte: Elaborazioni su dati WTTC



Le risorse economiche complessivamente impiegate in Italia, nel corso del 2009, per investimenti nel settore turistico, ammontano a 39,3 miliardi di dollari USA, corrispondenti al 9,1% del totale investimenti. Gli Enti Pubblici e Governativi partecipano agli investimenti con una quota pari a 5,1 miliardi di dollari, ossia per il 13,0% del totale degli investimenti.

Nel dettaglio gli investimenti privati nel settore turistico costituiscono una quota % pari al 9,6 del totale investimenti privati, per contro gli investimenti pubblici impiegati nel settore turistico, rappresentano il 7,0% del totale degli investimenti pubblici.

La serie storica delle quote % di investimenti effettuate nel settore "Viaggi e Turismo" sul totale investimenti, evidenzia come il settore tende ad attrarre sempre più risorse, in particolare provenienti dal settore privato.

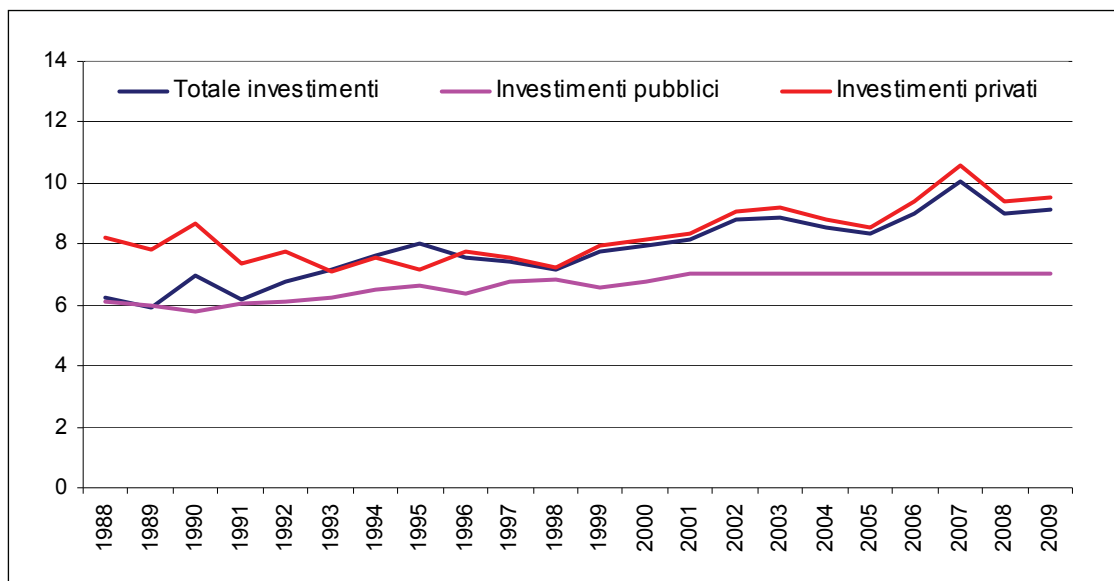
Gli Enti Pubblici italiani destinano al comparto "Viaggi e Turismo" il 3,6% del totale della spesa pubblica³ (corrispondente allo 0,8% del PIL). Quota superiore alla media dell'Unione Europea, 3,3% (0,7% del PIL), ma nettamente inferiore a quella destinata da alcuni dei nostri diretti competitor: Spagna, 6,5% (1,3% del PIL) e Grecia 8,1% (1,4% del PIL).

Tab. 1.4 - Investimenti pubblici e privati nel comparto Viaggi e Turismo per paese dell'UE. Valori assoluti in mld di dollari USA e valori % sul totale investimenti. Stime anno 2009
Fonte: Elaborazioni su dati World Travel and Tourism Council

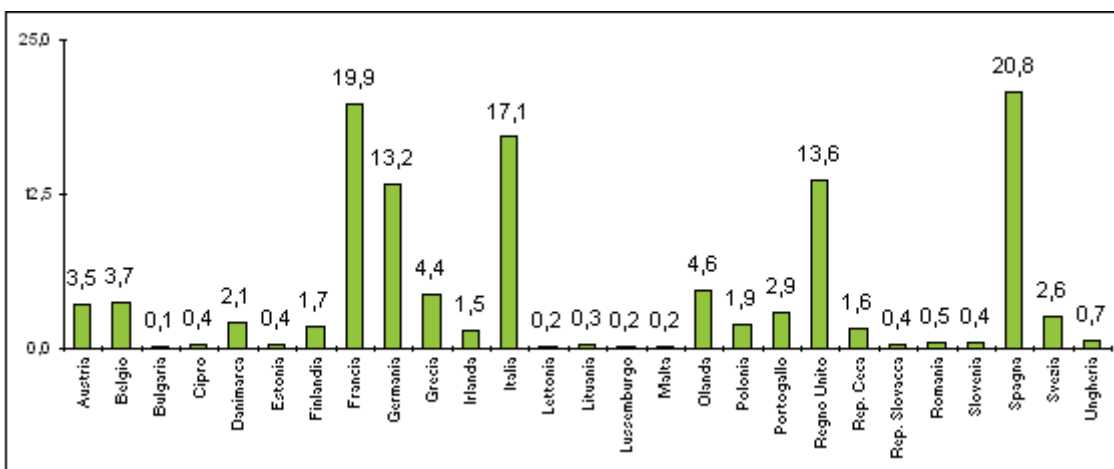
Paesi UE	Investimenti in mld. US\$					
	Valori assoluti			Valori % sul totale investimenti		
	Pubblici	Privati	Totale investimenti	Pubblici	Privati	Totale investimenti
Austria	0,4	11,4	11,8	3,5	96,5	100
Belgio	0,5	7,0	7,5	6,3	93,7	100
Bulgaria	n.d.	n.d.	1,8	n.d.	n.d.	100
Cipro	n.d.	n.d.	0,9	n.d.	n.d.	100
Danimarca	0,3	5,2	5,6	6,5	93,5	100
Estonia	n.d.	n.d.	1,6	n.d.	n.d.	100
Finlandia	3,0	2,7	5,7	52,5	47,5	100
Francia	5,8	32,5	38,3	15,1	84,9	100
Germania	2,3	30,5	32,8	7,0	93,0	100
Grecia	n.d.	n.d.	8,1	n.d.	n.d.	100
Irlanda	0,9	6,3	7,2	13,1	86,9	100
Italia	5,1	34,2	39,3	12,9	87,1	100
Lettonia	n.d.	n.d.	0,9	n.d.	n.d.	100
Lituania	n.d.	n.d.	1,4	n.d.	n.d.	100
Lussemburgo	0,1	0,5	0,6	13,9	86,1	100
Malta	n.d.	n.d.	0,5	n.d.	n.d.	100
Olanda	1,8	10,2	12,0	15,2	84,8	100
Polonia	n.d.	n.d.	8,0	n.d.	n.d.	100
Portogallo	1,0	5,6	6,6	14,4	85,6	100
Regno Unito	5,2	25,8	31,0	16,6	83,4	100
Rep. Ceca	n.d.	n.d.	6,0	n.d.	n.d.	100
Rep. Slovacca	n.d.	n.d.	3,0	n.d.	n.d.	100
Romania	n.d.	n.d.	3,0	n.d.	n.d.	100
Slovenia	n.d.	n.d.	1,7	n.d.	n.d.	100
Spagna	7,5	52,5	60,0	12,6	87,4	100
Svezia	0,6	4,8	5,4	10,6	89,4	100
Ungheria	n.d.	n.d.	2,1	n.d.	n.d.	100
Totale UE	n.d.	n.d.	302,9	n.d.	n.d.	100

³La spesa nel settore turismo include trasferimenti o sussidi pubblici diretti ai servizi culturali, ricreazionali destinati ai turisti. Include, inoltre, spese per promozione turistica, amministrazione, servizi di sicurezza e sanitari.

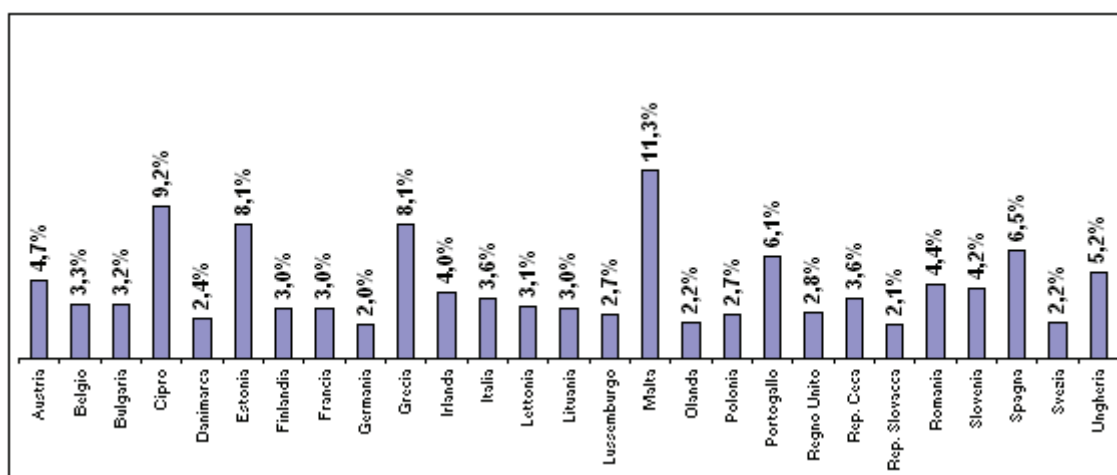
Graf. 1.2 - Quote % di investimenti sul totale investimenti, per tipologia di investitore
 Periodo 1988 – 2009.
 Fonte: Elaborazioni su dati World Travel and Tourism Council



Graf. 1.3 - Spesa pubblica settore turismo, in mld. di dollari USA per Paese UE. Stime anno 2009. Fonte: World Travel and Tourism Council



Graf. 1.4 - Incidenza % della spesa pubblica del settore turismo in mld. di dollari USA per Paese UE sul totale della spesa pubblica totale. Stime anno 2009.



1.1 — I parametri di competitività del “Sistema Italia”

La classifica 2009 relativa all'indice di competitività⁴ del settore “Viaggi e Turismo” calcolato per 133 paesi di tutto il mondo, colloca l'Italia al 28° posto (lo stesso del 2008) e vede occupate le prime 10 posizioni da cinque paesi Europei, nostri diretti competitors. La classifica ristretta ai soli paesi Europei ci colloca al 21° posto (su 42 posizioni) e nell'ambito dei Paesi UE al 18° posto (su 27 posizioni).

Ad influenzare in modo negativo l'indice calcolato per l'Italia è in prevalenza il sub-indice risultante dalle categorie degli indicatori relativi al quadro normativo che ci colloca in posizione 46/133, in particolare gli indicatori relativi a “Regole relative agli investimenti esteri diretti” 122/133; “Trasparenza delle Politiche di Governo” (111/133); “Sostenibilità e sviluppo dell'industria Viaggi e Turismo” (119/133); “Incidenti stradali” (107/133); “Definizione delle priorità di governo del settore Viaggi e Turismo” (107/133) ed “Efficacia delle azioni di marketing e branding” (108/133).

Mentre il sub-indice “Imprese e infrastrutture”, pur riportando una risultante (26/133) migliore del dato medio complessivo, comprende la categoria di indicatori relativa alla “Competitività dei prezzi nel comparto Viaggi e Turismo” (categoria costituita da 5 indicatori: “Imposte e tasse aeroportuali”, “Potere di acquisto”, Portata ed effetti della tassazione”, “Livello del prezzo dei carburanti e “Indice dei prezzi in albergo”) che ci vede posizionati complessivamente al 130 posto su 133 posizioni. Altri indicatori che costituiscono punti di criticità sono: “Pratiche per l'assunzione e licenziamento del personale” (133/133) e “Formazione continua del personale” (109/133). I punti di forza sono rappresentati da “Accesso ai servizi igienico-sanitari” (1/133), “Accesso all'uso di acqua potabile” (1/133); “Partecipazione a fiere” (3/133); “Numero di compagnie aeree operative” (5/133); “Infrastrutture turistiche” che come risultante di 3 distinti indicatori ci colloca al 3° posto; e la categoria degli indicatori “Risorse culturali” (5/133).

Tab. 1.5 - Classifica mondiale dell'indice di competitività dei Paesi nel comparto “Viaggi e Turismo”, ordinati per miglior punteggio conseguito per l'anno 2009, punteggio conseguito nell'anno 2009 e posizione anno 2008.

Fonte: World Economic Forum

Paese	Posizione 2009	Punteggio 2009	Posizione 2008	Performace 2009/2008
Svizzera	1	5,68	1	↔
Austria	2	5,46	2	↔
Germana	3	5,41	3	↔
Francia	4	5,34	10	↑
Canada	5	5,32	9	↑
Spagna	6	5,29	5	↓
Svezia	7	5,28	8	↑
Stati Uniti	8	5,28	7	↓
Australia	9	5,24	4	↑
Singapore	10	5,24	16	↑
:	:	:	:	:
Estonia	27	4,83	26	↑
Italia	28	4,78	28	↔
Malta	29	4,77	25	↑
:	:	:	:	:
Burundi	131	2,98	128	↓
Lesotho	132	2,92	129	↓
Ciad	133	2,52	130	↓

⁴L'indice è stato sviluppato dai principali organismi mondiali che si occupano di turismo: International Air Transport Association (IATA), International Union for Conservation of Nature (IUCN), the World Tourism Organization (UNWTO), e il World Travel & Tourism Council (WTTC).

L'indice si propone di misurare i fattori e le politiche che agiscono sul comparto “Viaggi e Turismo” ed è costituito da tre sub-indici: quadro normativo, imprese e infrastrutture, risorse umane culturali e naturali. Ognuno di tali sub-indice è, a sua volta, la risultante di altri indicatori riconducibili a 14 diverse categorie.

Tab. 1.6 - Classifica dell'indice complessivo di competitività per i Paesi Europei comparto "Viaggi e Turismo", ordinati per miglior punteggio, posizionamento (rispetto al panorama mondiale) e punteggio dei sub-indici. Anno 2009
Fonte: World Economic Forum

Paese	Indice complessivo		Sub-indici					
			Quadro normativo		Imprese e infrastrutture		Risorse umane culturali e naturali	
	Posizione In Europa	Punteggio	Posizione nel mondo	Punteggio	Posizione nel mondo	Punteggio	Posizione nel mondo	Punteggio
Svizzera	1	5,68	1	6,01	1	5,49	2	5,54
Austria	2	5,46	4	5,91	6	5,22	7	5,24
Germania	3	5,41	13	5,56	3	5,44	9	5,22
Francia	4	5,34	8	5,67	7	5,22	11	5,13
Spagna	5	5,29	29	5,29	8	5,21	5	5,36
Svezia	6	5,28	12	5,57	14	5,04	8	5,23
Regno Unito	7	5,22	28	5,29	11	5,07	6	5,3
Olanda	8	5,09	22	5,44	9	5,08	17	4,75
Danimarca	9	5,08	10	5,59	10	5,08	28	4,57
Finlandia	10	5,07	5	5,82	25	4,69	21	4,71
Islanda	11	5,07	3	5,92	17	4,93	39	4,37
Portogallo	12	5,01	15	5,52	24	4,74	16	4,78
Irlanda	13	4,99	7	5,73	22	4,79	32	4,45
Norvegia	14	4,97	9	5,64	19	4,84	36	4,42
Cipro	15	4,92	25	5,35	13	5,05	37	4,38
Belgio	16	4,92	21	5,45	32	4,56	20	4,73
Lussemburgo	17	4,92	20	5,47	16	4,97	42	4,3
Grecia	18	4,91	18	5,49	27	4,66	27	4,58
Rep. Ceca	19	4,86	16	5,5	36	4,41	24	4,67
Estonia	20	4,83	17	5,5	21	4,81	47	4,19
Italia	21	4,78	46	4,96	26	4,68	22	4,71
Malta	22	4,77	11	5,58	31	4,58	52	4,15
Croazia	23	4,54	43	5,02	37	4,32	43	4,28
Slovenia	24	4,53	38	5,13	33	4,53	61	3,94
Ungheria	25	4,45	26	5,35	42	4,06	59	3,95
Rep. Slovacca	26	4,34	34	5,2	54	3,78	55	4,05
Lettonia	27	4,31	32	5,22	43	4,04	86	3,68
Lituania	28	4,3	30	5,27	46	3,98	89	3,65
Bulgaria	29	4,3	56	4,74	48	3,96	46	4,2
Montenegro	30	4,29	50	4,86	66	3,57	35	4,43
Turchia	31	4,2	63	4,6	60	3,73	44	4,28
Polonia	32	4,18	72	4,44	68	3,53	29	4,56
Russia	33	4,14	79	4,35	61	3,7	38	4,37
Romania	34	4,04	61	4,68	64	3,61	77	3,83
Georgia	35	3,89	33	5,2	99	2,84	92	3,64
Ucraina	36	3,84	62	4,66	72	3,37	103	3,5
Macedonia	37	3,81	69	4,46	75	3,29	87	3,67
Serbia	38	3,71	78	4,35	80	3,2	96	3,57
Albania	39	3,68	77	4,38	104	2,76	66	3,89
Armenia	40	3,65	58	4,7	105	2,75	102	3,51
Moldavia	41	3,64	67	4,53	95	2,95	110	3,43
Bosnia Erzeg.	42	3,44	96	4,11	93	2,96	124	3,25

Tab. 1.7 - Posizionamento dell'Italia nelle classifiche redatte per i sub-indici di competitività (■), per classi di indicatori (▶) ed per alcuni singoli indicatori: punti di forza (☺ - posizionamento da 1 a 10) e criticità del sistema Italia (☐ - posizionamento da 100 a 133), nel comparto "Viaggi e Turismo". Anno 2009. Fonte: World Economic Forum

Descrizione indicatore	Posizionamento su 133 Paesi		
	☺/☐	▶	■
Posizione assoluta: 28			
■ Quadro normativo (Sub indice)			46
▶ <u>Politiche regole e regolamenti</u>			71
☐ Di cui: Restrizioni alla proprietà estera	106		
☐ Norme relative agli investimenti esteri diretti	122		
☐ Trasparenza delle Politiche di Governo	111		
▶ <u>Sostenibilità ambientale</u>			51
☐ Di cui: Sostenibilità e sviluppo dell'industria "Viaggi e Turismo"	119		
▶ <u>Sicurezza</u>			82
☐ Di cui: Incidenti stradali	107		
▶ <u>Salute e igiene</u>			27
☺ Di cui: Accesso ai servizi igienico-sanitari progrediti	1		
☺ Accesso all'uso di acqua potabile	1		
▶ <u>Priorità per il comparto "Viaggi e Turismo"</u>			51
☐ Di cui: Priorità nell'azione di Governo	107		
☐ Efficacia delle azioni di marketing e branding	108		
☺ Partecipazione a fiere	3		
■ Imprese e infrastrutture			26
▶ <u>Infrastrutture aeroportuali</u>			27
☺ Numero di compagnie aeree operative	5		
▶ <u>Infrastrutture di trasporto su terra</u>			40
▶ <u>Infrastrutture turistiche</u>			3
☺ Stanze in hotel	8		
☺ Presenza delle maggiori compagnie di autonoleggio	1		
▶ <u>Infrastrutture di Information e Communication Technologies</u>			25
☺ Abbonati di telefonia mobile	7		
▶ <u>Competitività dei prezzi nel settore "Viaggi e Turismo"</u>			130
☐ Parità del potere d'acquisto	117		
☐ Portata ed effetti della tassazione	128		
☐ Livello del prezzo dei carburanti	126		
☐ Indice dei prezzi di hotel	102		
■ Risorse umane culturali e naturali			22
▶ <u>Risorse Umane</u>			41
☐ Formazione continua del personale	109		
☐ Pratiche per l'assunzione e licenziamento del personale	133		
☺ Aspettativa di vita	5		
▶ <u>Affinità per Viaggi e Turismo</u>			71
▶ <u>Risorse naturali</u>			90
▶ <u>Risorse culturali</u>			5
☺ Numero di siti del patrimonio mondiale culturale (UNESCO)	1		
☺ Numero di fiere e mostre internazionali	6		
☺ Industrie creative esportazioni	2		

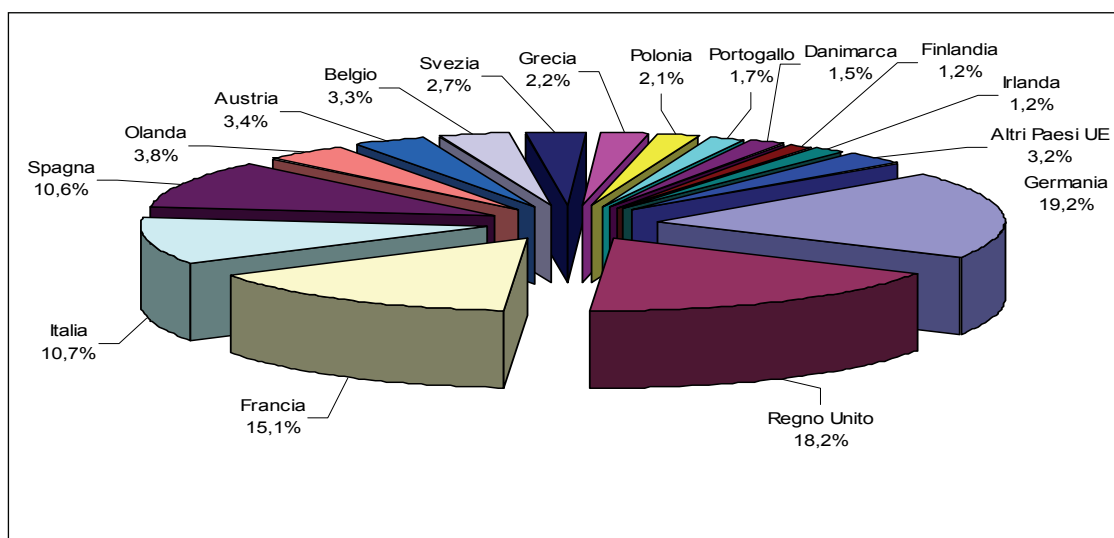
1.2 — I viaggiatori stranieri in Italia

Il fatturato, in Italia, del comparto “Viaggi e Turismo”, per il 2009, è **valutato intorno ai 281 miliardi di dollari USA**, con un flessione rispetto al 2008 di oltre 5 punti %. In Europa il prodotto “Italia” costituisce una quota di mercato pari al 10,7% del totale UE. Nella classifica mondiale dei primi Paesi per arrivi internazionali, l'Italia occupa la quinta posizione, dopo Francia, Spagna, Usa e Cina. Oltre il 40% delle presenze turistiche in Italia sono di stranieri che spendono, per il terzo anno consecutivo oltre 30mld di euro, soprattutto in viaggi di vacanza (53%) e tra questi in tour culturali (60%). Nel corso del 2008 gli arrivi di turisti stranieri in Italia sono stati circa 72 milioni di unità, di cui circa il 61,5% ha trascorso almeno una notte in Italia. Per il 2009 si stima una sostanziale stabilità del dato.

Il territorio Italiano attrae circa l'8% dei flussi turistici che confluiscono sul territorio UE.

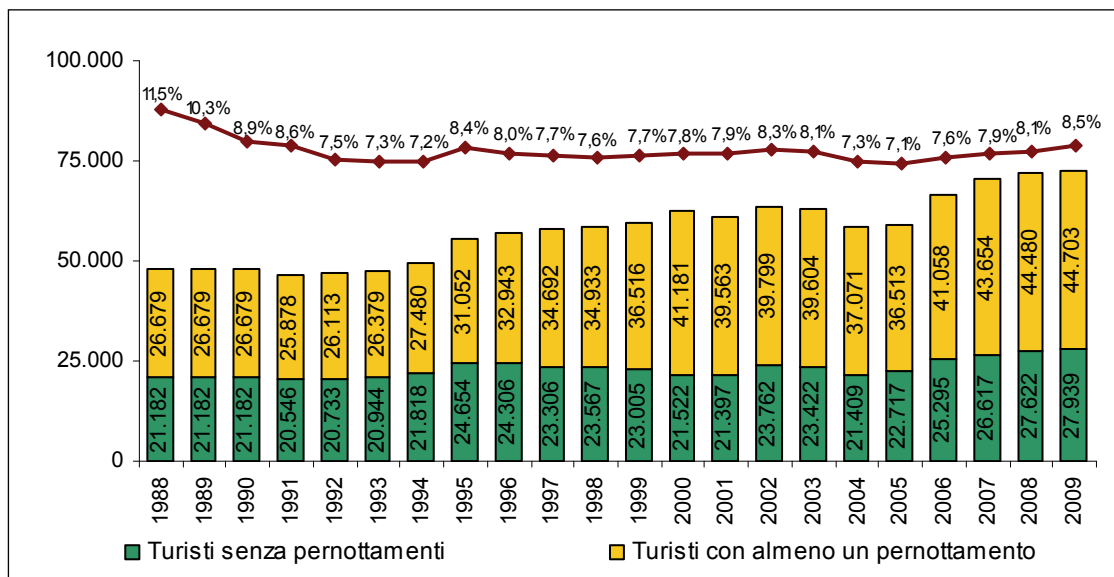
Graf. 1.5 - Composizione % del fatturato del comparto “Viaggi e Turismo” per Paese UE, sul totale dell'Unione Europea. Stima anno 2009.

Fonte: Elaborazioni su dati World Travel and Tourism Council



Graf. 1.6 - Arrivi di turisti in Italia con e senza pernottamenti. Valori assoluti in migliaia e valori percentuali del totale arrivi sul totale arrivi in Europa. Periodo 1988 – 2009.

Fonte: Elaborazioni su dati World Travel and Tourism Council



*I flussi turistici
Inbound*

Dati di fonte UIC (Ufficio Italiano Cambi – Banca d'Italia) permettono un'analisi più dettagliata del flusso di viaggiatori stranieri in Italia (Inbound): oltre il 35% degli arrivi internazionali e quasi il 40% dei pernottamenti in Italia sono concentrati nel periodo estivo, ossia nel III trimestre dell'anno, periodo luglio-agosto.

Nel corso del 2008 si è registrato un forte rallentamento del trend crescente del flusso di viaggiatori stranieri e, in modo più consistente, del numero di pernottamenti. Infatti, se i tassi di crescita nei due precedenti periodi sono pari a + 12% (2006/2005) e + 5,6% (2007/2006) per il flusso di viaggiatori e +6,7% (2006/2005) e + 0,6% (2007/2006) per il numero di pernottamenti, nel periodo 2008/2007 si registra un +0,7% di viaggiatori stranieri ed una forte contrazione (-5,0%) di pernottamenti.

Dal 2004 al 2008, l'incremento % di arrivi di viaggiatori alle frontiere è di oltre 20 punti %, a cui corrisponde un incremento del numero di pernottamenti pari al 2,8%. Nel corso del periodo considerato si, è pertanto, registrata una permanenza, nelle strutture ricettive italiane, sempre più breve: si è passati dalle 5,5 notti per viaggiatore nel 2004 a 4,7 notti nel 2008.

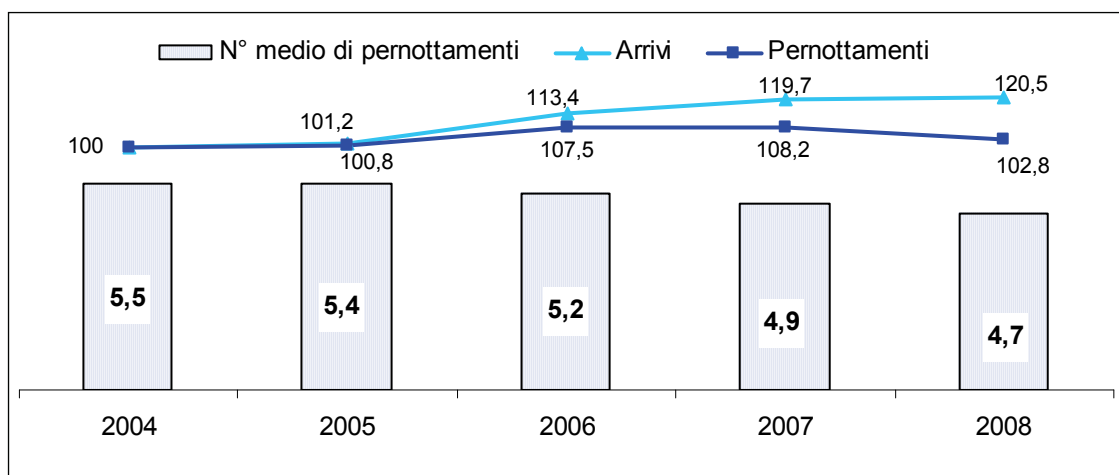
Tab. 1.8 - Viaggiatori stranieri alle frontiere italiane e pernottamenti di stranieri nelle strutture ricettive italiane, per trimestri. Valori assoluti in migliaia di unità e valori % sul totale annuo. Periodo 2004 – 2008

Fonte: Elaborazioni su dati Ufficio Italiano Cambi – Banca d'Italia

Periodo	Valori assoluti (x 1.000)									
	Arrivi alle frontiere					Numero di pernottamenti				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
I Trimestre	11.533	10.986	11.876	12.892	14.131	57.043	60.062	55.339	59.340	63.752
II Trimestre	16.592	16.210	18.283	18.510	18.651	91.171	88.050	95.267	90.591	86.767
III Trimestre	19.860	21.075	23.057	24.931	25.028	123.856	126.371	139.204	142.129	132.317
IV Trimestre	11.498	11.949	14.241	14.868	13.872	52.501	52.701	59.212	59.145	50.980
TOTALE	59.483	60.220	67.456	71.200	71.683	324.570	327.183	349.022	351.206	333.817
Valori % sul totale annuo										
I Trimestre	19,4	18,2	17,6	18,1	19,7	17,6	18,4	15,9	16,9	19,1
II Trimestre	27,9	26,9	27,1	26,0	26,0	28,1	26,9	27,3	25,8	26,0
III Trimestre	33,4	35,0	34,2	35,0	34,9	38,2	38,6	39,9	40,5	39,6
IV Trimestre	19,3	19,8	21,1	20,9	19,4	16,2	16,1	17,0	16,8	15,3
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Graf. 1.7 - Numeri indice di viaggiatori stranieri alle frontiere italiane e pernottamenti di stranieri nelle strutture ricettive italiane (base anno 2004 = 100) e numero medio di pernottamenti per viaggiatore nelle strutture ricettive Italiane. Periodo 2004 – 2008

Fonte: Elaborazioni - Ufficio Italiano Cambi – Banca d'Italia



La spesa complessiva da parte dei viaggiatori stranieri in Italia nel corso del 2008 è pari a 31,107 miliardi di euro, corrispondente a quella dell'anno precedente. La maggior parte degli introiti (65%) si registra nella parte centrale dell'anno (II e III trimestre – periodo aprile- settembre), coincidente con il periodo con il maggior numero di pernottamenti sia in assoluto che in rapporto al numero di viaggiatori (4,7 e 5,3 pernottamenti procapite rispettivamente nel II e III trimestre). L'analisi di medio periodo (2004 – 2008), rivela che pur registrando un incremento, in termini nominali, del totale della spesa complessiva, si riduce fortemente la spesa procapite. Infatti, la spesa complessiva nel periodo, 2004 - 2008 cresce di + 8,5 punti %, per contro la spesa procapite registra una riduzione di circa 10 punti %, passando da 482 euro nel 2004 a 434 del 2008.

La spesa dei viaggiatori stranieri

Il 32% dei viaggiatori che, nel 2008, ha trascorso almeno una notte nel nostro Paese ha pernottato in alberghi o villaggi turistici, spendendo il 54,7% della spesa complessiva effettuata in Italia dai viaggiatori stranieri.

Gli alberghi e villaggi turistici, nel corso del 2008, hanno registrato un calo del numero degli ospiti pari ad oltre 1.500.000 unità, rispetto all'anno precedente, corrispondenti ad una flessione di 6,5 punti %. I dati evidenziano che la fetta di mercato ceduta dalla categoria "alberghi e villaggi turistici" non ha pernottato in altre tipologie di strutture ricettive. Infatti, l'unica modalità che fa registrare una corrispondente variazione è relativa alla voce "nessun pernottamento": nel periodo considerato, i viaggiatori che non usufruiscono di tale servizio aumentano di 1.423.000 unità.

Tab. 1.9 - Spesa complessiva e spesa media procapite dei Viaggiatori stranieri in Italia, per trimestri. Valori assoluti in euro e variazioni %. Importi a valori correnti. Periodo 2004 – 2008
Fonte: Elaborazioni su dati Ufficio Italiano Cambi – Banca d'Italia

Periodo	Valori assoluti									
	Spesa complessiva in milioni di euro					Spesa media procapite in euro				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
I Trimestre	5.071	5.021	4.987	5.206	5.374	439,69	457,04	419,92	403,82	380,30
II Trimestre	8.281	7.777	8.800	8.427	8.512	499,10	479,77	481,32	455,27	456,38
III Trimestre	10.380	10.419	11.050	11.571	11.841	522,66	494,38	479,25	464,12	473,11
IV Trimestre	4.933	5.235	5.532	5.917	5.380	429,03	438,11	388,46	397,97	387,83
TOTALE	28.665	28.453	30.368	31.121	31.107	481,90	472,48	450,19	437,09	433,95
Periodo	Variazioni %									
	2005 /2004	2006 /2005	2007 /2006	2008 /2007	2008 /2004	2005 /2004	2006 /2005	2007 /2006	2008 /2007	2008 /2004
I Trimestre	-1,0	-0,7	4,4	3,2	6,0	3,9	-8,1	-3,8	-5,8	-13,5
II Trimestre	-6,1	13,2	-4,2	1,0	2,8	-3,9	0,3	-5,4	0,2	-8,6
III Trimestre	0,4	6,1	4,7	2,3	14,1	-5,4	-3,1	-3,2	1,9	-9,5
IV Trimestre	6,1	5,7	7,0	-9,1	9,1	2,1	-11,3	2,4	-2,5	-9,6
TOTALE	-0,7	6,7	2,5	0,0	8,5	-2,0	-4,7	-2,9	-0,7	-9,9

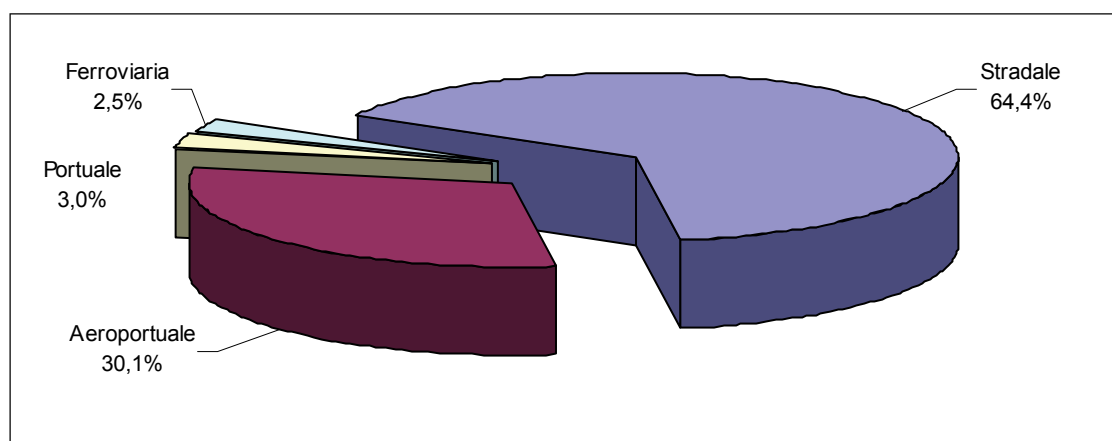
Il mezzo preferito dai viaggiatori che hanno raggiunto l'Italia, nel corso del 2008, è l'automobile: quasi i 2/3 degli arrivi si registrano alle frontiere stradali, segue l'aereo (30% di arrivi nelle strutture aeroportuali). La quota residua è costituita da persone che utilizzano imbarcazioni (3,0%) e treni (2,5%).

Oltre l'81% degli stranieri che hanno attraversato una frontiera Italiana, nel corso del 2008, ha visitato il nostro Paese per motivi personali, in particolare per trascorrere le vacanze (il 51,7% del totale), effettuare acquisti/shopping (il 14,2%), far visita ad un parente o amico (il 10,3%). I viaggiatori in ingresso per motivi di lavoro sono stati complessivamente 13.354 unità, corrispondenti al 18,6% del totale.

Nel corso dell'ultimo anno, si è registrato un netto calo del numero dei vacanzieri (-7,1%) e del numero dei pernottamenti a scopo di vacanza (-11,3%) rispetto al 2007. Per contro, si segnala un incremento del numero di persone che giunge in Italia per shopping: + 27,4%.

Graf. 1.8 - Arrivi di stranieri alle frontiere italiane per tipologia di frontiera. Valori % sul totale arrivi. Anno 2008

Fonte: Ufficio Italiano Cambi – Banca d'Italia



Tab. 1.10 - Viaggiatori stranieri alle frontiere italiane e pernottamenti di stranieri nelle strutture ricettive italiane, per motivo del viaggio. Valori assoluti in migliaia di unità e valori % sul totale annuo. Periodo 2004 – 2008

Fonte: Elaborazioni su dati Ufficio Italiano Cambi – Banca d'Italia

Motivi del viaggio	Valori assoluti (x 1.000)									
	Arrivi alle frontiere					Numero di pernottamenti				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Personalì	49.882	50.039	55.519	58.279	58.328	265.146	268.621	287.817	289.646	273.070
- Vacanze	33.725	33.724	37.348	39.932	37.090	187.961	183.847	198.107	202.452	179.641
- Studio, corsi	819	931	1.114	1.351	1.256	26.954	33.217	35.660	33.831	31.735
- Religiosi	118	185	159	103	141	1.100	1.310	1.596	696	1.139
- Cure, terme	149	158	199	195	296	893	1.350	1.212	1.065	1.603
- Viaggi di nozze	162	131	148	172	177	1.250	1.233	1.199	1.898	1.338
- Visita a parenti	3.436	3.578	4.254	4.389	4.819	29.801	34.236	35.828	35.975	39.598
- Visita ad amici	1.967	1.955	2.222	2.487	2.578	8.407	7.836	8.414	9.099	9.294
- Acquisti, shopping	7.469	7.692	8.469	7.976	10.159	506	688	594	287	385
- Altro	2.038	1.686	1.606	1.672	1.812	8.274	4.905	5.207	4.343	8.336
Lavoro/affari	9.601	10.181	11.937	12.922	13.354	59.425	58.562	61.205	61.559	60.746
- Stagionali e frontalieri	1.003	991	1.103	930	974	12.507	13.348	12.886	8.925	7.519
- Convegni e congressi	1.062	1.044	1.295	1.266	1.113	4.250	4.113	4.335	3.717	3.876
- Altri motivi di lavoro	7.535	8.147	9.538	10.726	11.267	42.668	41.102	43.985	48.918	49.352
Totale	59.483	60.220	67.456	71.200	71.683	324.570	327.183	349.022	351.206	333.817
	Valori % sul totale annuo									
Personalì	83,9	83,1	82,3	81,9	81,4	81,7	82,1	82,5	82,5	81,8
- Vacanze	56,7	56,0	55,4	56,1	51,7	57,9	56,2	56,8	57,6	53,8
- Studio, corsi	1,4	1,5	1,7	1,9	1,8	8,3	10,2	10,2	9,6	9,5
- Religiosi	0,2	0,3	0,2	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,2	0,3
- Cure, terme	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3	0,4	0,3	0,3	0,5
- Viaggi di nozze	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,4	0,4	0,3	0,5	0,4
- Visita a parenti	5,8	5,9	6,3	6,2	6,7	9,2	10,5	10,3	10,2	11,9
- Visita ad amici	3,3	3,2	3,3	3,5	3,6	2,6	2,4	2,4	2,6	2,8
- Acquisti, shopping	12,6	12,8	12,6	11,2	14,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1
- Altro	3,4	2,8	2,4	2,3	2,5	2,5	1,5	1,5	1,2	2,5
Lavoro/affari	16,1	16,9	17,7	18,1	18,6	18,3	17,9	17,5	17,5	18,2
- Stagionali e frontalieri	1,7	1,6	1,6	1,3	1,4	3,9	4,1	3,7	2,5	2,3
- Convegni e congressi	1,8	1,7	1,9	1,8	1,6	1,3	1,3	1,2	1,1	1,2
- Altri motivi di lavoro	12,7	13,5	14,1	15,1	15,7	13,1	12,6	12,6	13,9	14,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

La tipologia di viaggio effettuato da stranieri in Italia con il maggior numero di pernottamenti è quello per motivi di studio, che, nel 2008, ha avuto una durata media di oltre 25 pernottamenti. Mentre il viaggio più dispendioso risulta essere il viaggio di nozze, con una spesa media, procapite per viaggiatore, superiore ai 1.000 euro.

Oltre il 90% dei viaggiatori in ingresso in Italia proviene da Paesi Europei, in particolare dall'UE, il 70,4% del totale arrivi. La quota residua proviene prevalentemente dall'America (5,5%) e dall'Asia (1,8%). I visitatori più numerosi in assoluto provengono dalla Germania (16,2% del totale), Francia (14,1%), Svizzera (17%) e Austria (9,2%).

I turisti stranieri più numerosi e provenienti da paesi extra-europei sono gli Statunitensi che nel 2008 hanno fatto registrare oltre 2,5 milioni di presenze.

I dati in serie storica evidenziano che i flussi di visitatori provenienti da quasi tutti i Paesi costituiscono trend crescenti. Per contro il dato dei flussi provenienti dalla Germania sembra essere in controtendenza. Infatti è l'unico Paese, oltre al Giappone, che presenta una variazione negativa delle presenze nel confronto del dato 2008/2004.

Tab. 1.11 - Numero medio di Pernottamenti e spesa media procapite dei viaggiatori stranieri alle frontiere italiane, per motivo del viaggio. Valori assoluti. Periodo 2004 – 2008

Fonte: Elaborazioni su dati Ufficio Italiano Cambi – Banca d'Italia

Motivi del viaggio	Valori assoluti									
	Numero medio pernottamenti					Spesa media procapite in Euro				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Personali	5,3	5,4	5,2	5,0	4,7	456	454	429	417	417
- Vacanze	5,6	5,5	5,3	5,1	4,8	510	501	476	462	484
- Studio, corsi	32,9	35,7	32,0	25,0	25,3	1272	1404	1273	927	993
- Religiosi	9,3	7,1	10,0	6,8	8,1	576	454	642	437	482
- Cure, terme	6,0	8,5	6,1	5,5	5,4	785	804	734	800	571
- Viaggi di nozze	7,7	9,4	8,1	11,0	7,6	1000	1298	1108	1523	1141
- Visita a parenti	8,7	9,6	8,4	8,2	8,2	513	567	475	466	473
- Visita ad amici	4,3	4,0	3,8	3,7	3,6	358	336	303	284	293
- Acquisti, shopping	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	158	130	129	130	123
-Altro	4,1	2,9	3,2	2,6	4,6	252	261	267	202	221
Lavoro/affari	6,2	5,8	5,1	4,8	4,5	616	565	547	528	510
- Stagionali e frontalieri	12,5	13,5	11,7	9,6	7,7	555	579	540	500	413
- Convegni e congressi	4,0	3,9	3,3	2,9	3,5	560	607	463	472	535
- Altri motivi di lavoro	5,7	5,0	4,6	4,6	4,4	632	558	559	537	515
Totale	5,5	5,4	5,2	4,9	4,7	482	472	450	437	434

Tab. 1.12 — Viaggiatori stranieri alle frontiere italiane e spesa in milioni di euro per tipologia di struttura ricettiva. Valori assoluti e % sul totale annuo. Periodo 2004 – 2008

Fonte: Eleborazioni su dati Ufficio Italiano Cambi – Banca d'Italia

Tipologia di Struttura ricettiva	Valori assoluti									
	Arrivi alle frontiere (x 1.000)					Spesa in milioni di euro				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Albergo/Villag. turistico	20.345	20.236	23.458	24.457	22.919	15.402	15.209	17.043	17.664	17.011
Casa in Affitto	3.848	3.627	3.746	4.364	4.846	3.836	3.943	3.747	4.108	4.398
Casa di proprietà'	1.969	1.661	1.672	1.604	1.562	1.209	989	1.152	1.076	906
Ospite Parenti/Amici	6.420	6.492	7.551	7.650	7.430	4.212	4.399	4.514	4.215	4.284
Tenda/Carrello/Roulotte	1.981	1.902	1.779	1.836	2.040	1.004	976	701	751	1.011
Motorcaravan, Camper	733	480	544	629	464	268	167	228	205	162
Nave (Crociera)	281	220	281	254	283	180	223	245	252	266
Comunità'	282	261	297	317	293	251	278	340	321	278
Ostello della Gioventù'	604	795	768	822	698	287	331	332	407	324
Altro	1.204	1.395	1.540	2.217	2.675	302	357	379	474	650
Nessun Pernottamento	21.818	23.151	25.821	27.050	28.473	1.714	1.579	1.687	1.649	1.817
Totale	59.483	60.220	67.456	71.200	71.683	28.665	28.453	30.368	31.121	31.107
	Valori % sul totale annuo									
Albergo, Vill. turistico	34,2	33,6	34,8	34,3	32,0	53,7	53,5	56,1	56,8	54,7
Casa in Affitto	6,5	6,0	5,6	6,1	6,8	13,4	13,9	12,3	13,2	14,1
Casa di proprietà'	3,3	2,8	2,5	2,3	2,2	4,2	3,5	3,8	3,5	2,9
Ospite Parenti/Amici	10,8	10,8	11,2	10,7	10,4	14,7	15,5	14,9	13,5	13,8
Tenda/Carrello/Roulotte	3,3	3,2	2,6	2,6	2,8	3,5	3,4	2,3	2,4	3,3
Motorcaravan, Camper	1,2	0,8	0,8	0,9	0,6	0,9	0,6	0,8	0,7	0,5
Nave (Crociera)	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,6	0,8	0,8	0,8	0,9
Comunità'	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,9	1,0	1,1	1,0	0,9
Ostello della Gioventù'	1,0	1,3	1,1	1,2	1,0	1,0	1,2	1,1	1,3	1,0
Altro	2,0	2,3	2,3	3,1	3,7	1,1	1,3	1,2	1,5	2,1
Nessun Pernottamento	36,7	38,4	38,3	38,0	39,7	6,0	5,5	5,6	5,3	5,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tab. 1.13 - Viaggiatori stranieri alle frontiere italiane per paese di provenienza. Valori assoluti in migliaia di unità e %. Periodo 2004 – 2008

Fonte: Elaborazioni - Ufficio Italiano Cambi – Banca d'Italia

Paese di provenienza	Valori assoluti in migliaia					Valori %				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Europa - Ue	42.378	43.459	47.932	50.595	50.488	71,2	72,2	71,1	71,1	70,4
- Austria	5.576	5.939	6.367	6.818	6.611	9,4	9,9	9,4	9,6	9,2
- Belgio	1.047	1.105	1.196	1.229	1.276	1,8	1,8	1,8	1,7	1,8
- Danimarca	416	463	482	554	483	0,7	0,8	0,7	0,8	0,7
- Finlandia	227	198	248	224	280	0,4	0,3	0,4	0,3	0,4
- Francia	8.262	8.434	10.328	9.913	10.139	13,9	14,0	15,3	13,9	14,1
- Germania	11.997	11.059	10.835	11.521	11.596	20,2	18,4	16,1	16,2	16,2
- Grecia	542	490	520	505	612	0,9	0,8	0,8	0,7	0,9
- Irlanda	307	287	415	573	316	0,5	0,5	0,6	0,8	0,4
- Lussemburgo	141	98	225	161	121	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2
- Olanda	1.757	1.614	1.598	2.016	2.251	3,0	2,7	2,4	2,8	3,1
- Polonia	557	860	1.181	1.277	1.127	0,9	1,4	1,8	1,8	1,6
- Portogallo	165	160	233	256	252	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4
- Regno Unito	3.822	4.226	4.514	4.808	4.129	6,4	7,0	6,7	6,8	5,8
- Repubblica Ceca	669	601	876	1.087	935	1,1	1,0	1,3	1,5	1,3
- Romania	500	742	894	978	859	0,8	1,2	1,3	1,4	1,2
- Slovenia	3.435	3.344	3.109	2.891	4.088	5,8	5,6	4,6	4,1	5,7
- Spagna	1.475	1.983	2.487	3.083	2.760	2,5	3,3	3,7	4,3	3,9
- Svezia	432	413	470	479	514	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7
- Ungheria	519	766	1.107	1.161	1.150	0,9	1,3	1,6	1,6	1,6
- Altri UE	534	677	847	1.061	988	0,9	1,1	1,3	1,5	1,4
Europa - Extra Ue	11.263	10.361	12.681	13.677	14.824	18,9	17,2	18,8	19,2	20,7
- Croazia	836	608	976	1.008	984	1,4	1,0	1,4	1,4	1,4
- Norvegia	189	201	254	303	345	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5
- Russia	152	194	261	305	437	0,3	0,3	0,4	0,4	0,6
- Svizzera	9.490	8.703	10.293	11.157	12.195	16,0	14,5	15,3	15,7	17,0
- Turchia	93	154	232	188	175	0,2	0,3	0,3	0,3	0,2
- Altri Europa - Extra UE	502	501	666	717	688	0,8	0,8	1,0	1,0	1,0
America	3.610	3.913	4.287	4.178	3.938	6,1	6,5	6,4	5,9	5,5
- Argentina	107	154	136	156	146	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2
- Brasile	181	250	304	291	301	0,3	0,4	0,5	0,4	0,4
- Canada	411	513	562	526	512	0,7	0,9	0,8	0,7	0,7
- Cuba	6	4	6	7	6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
- Messico	82	108	99	86	123	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2
- USA	2.564	2.692	2.993	2.864	2.575	4,3	4,5	4,4	4,0	3,6
- Altri America	259	191	189	247	277	0,4	0,3	0,3	0,3	0,4
Africa	397	587	524	517	501	0,7	1,0	0,8	0,7	0,7
- Egitto	60	125	90	88	85	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1
- Marocco	58	64	61	62	103	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
- Tunisia	42	76	83	67	43	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
- Africa - Altri	237	322	290	300	269	0,4	0,5	0,4	0,4	0,4
Asia	1.288	1.347	1.456	1.538	1.269	2,2	2,2	2,2	2,2	1,8
- Cina	106	101	127	169	165	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
- Giappone	363	323	365	376	322	0,6	0,5	0,5	0,5	0,4
- India	179	242	266	281	181	0,3	0,4	0,4	0,4	0,3
- Altri Asia	639	681	699	711	602	1,1	1,1	1,0	1,0	0,8
Oceania	546	553	576	696	663	0,9	0,9	0,9	1,0	0,9
- Australia	465	494	499	591	540	0,8	0,8	0,7	0,8	0,8
- Oceania - Altri	81	59	77	105	123	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2
Totale	59.483	60.220	67.456	71.200	71.683	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1.3 — I viaggiatori Italiani

Secondo le stime del World Travel and Tourism Council, nel corso del 2008, gli italiani hanno speso, per consumi personali riconducibili al comparto “Viaggi e Turismo”, 123,9 miliardi di dollari USA, corrispondenti al 9,1% della spesa complessiva. La serie storica, a prezzi costanti, evidenzia che nel corso degli ultimi 10 anni la spesa per viaggi e turismo si è ridotta di circa 11,3 punti %. La variazione più consistente in termini assoluti (-3,0 mld di dollari USA) e % (-4,2 punti percentuali) si è registrata nel periodo 2001-2002.

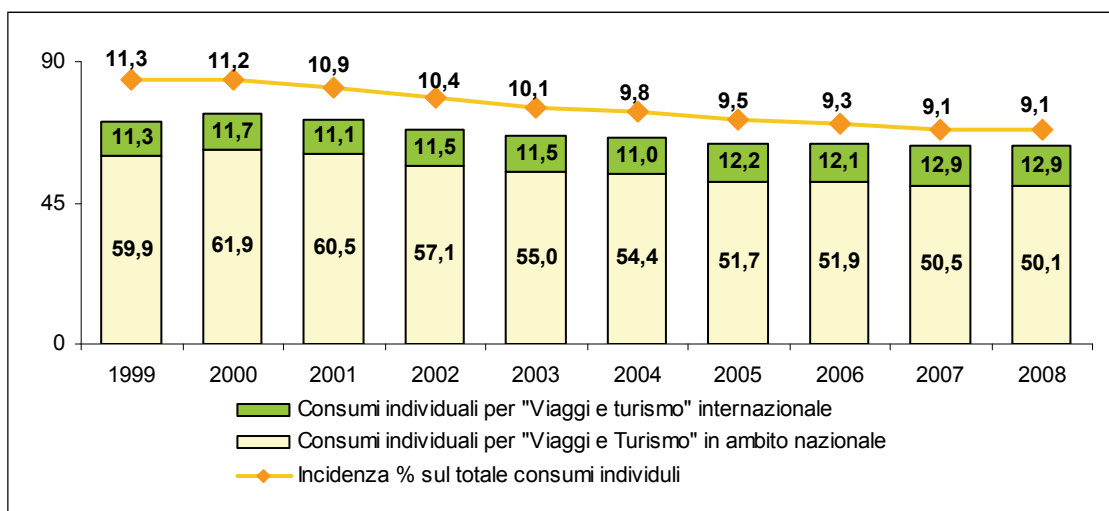
La spesa dei viaggiatori italiani

Le previsioni per il futuro confermano la tendenza in atto: nel corso del 2009 spenderemo complessivamente, per consumi individuali nel comparto viaggi e turismo, (in termini reali – prezzi costanti anno 2000) 60,2 miliardi di dollari USA, ossia una contrazione corrispondente in termini % a -4,5 rispetto al 2008. I segnali di ripresa sono attesi per l’anno 2011, ma soltanto nel 2012-2013 ritorneremo sui livelli del 2008.

Dall’analisi dei dati emerge, inoltre, che in corrispondenza al netto calo (-16,2) dei consumi per “Viaggi e Turismo” in ambito nazionale, si registra una controtendenza (+14,8%) con la medesima intensità, in termini di variazione %, per i “Viaggi e Turismo” internazionali, ma su differenti scale di valori.

Graf. 1.9 - Spesa per consumi individuali nel comparto “Viaggi e Turismo” effettuati dai residenti in Italia e incidenza % sul totale dei consumi individuali. Periodo 1999 – 2008. Valori assoluti, a prezzi costanti anno 2000, in miliardi di dollari USA e valori %.

Fonte: Elaborazioni su dati World Travel and Tourism Council



Dati di fonte Istat evidenziano la tendenza, registrata nell’ultimo periodo, da parte dei residenti in Italia ad effettuare un numero di viaggi sempre più consistente, principalmente per motivi di vacanza, ma di durata più contenuta.

Nel corso del 2008 il numero di viaggi con pernottamento effettuati, circa 23 milioni, ha fatto registrare un incremento, rispetto al 2007, pari al 9,4% a cui è corrisposto un più moderato aumento del numero di pernottamenti: +2,5%. D’altra parte sono i viaggi “brevi” che aumentano in misura considerevole.

La durata media dei viaggi si è ridotta da 7,0 pernottamenti nel 2003 a 5,7 pernottamenti nel 2008. Riduzione imputabile principalmente alla componente dei viaggi effettuati per motivi di vacanza, che oltre ad incidere in modo più consistente, dal 2003 al 2008, fa registrare una contrazione di 1,6 notti per viaggio contro una riduzione di 0,6 notti per viaggio nel caso di spostamenti effettuati per motivi di lavoro, sempre nello stesso periodo.

Il periodo preferito per effettuare viaggi per vacanza coincide con il periodo estivo. Infatti nel 2008, il 41,0% dei viaggi e il 62,4% dei pernottamenti per vacanza si concentrano nei mesi luglio – settembre.

Tab. 1.14 - Viaggi effettuati dai residenti in Italia per motivo e tipologia del viaggio. Valori assoluti in migliaia di unità e % sul totale viaggi. Periodo 1998 - 2008
Fonte: Istat

Anno	Motivo del viaggio								Totale viaggi	
	Totale vacanze		Di cui con un numero di pernottamenti:				lavoro			
			1-3 notti		4 o più notti					
Val ass.	Val %	Val ass.	Val %	Val ass.	Val %	Val ass.	Val %	Val ass.	Val %	
1998	79.145	85,1	37.622	40,5	41.523	44,7	13.808	14,9	92.953	100,0
1999	75.431	83,8	35.060	38,9	40.371	44,8	14.603	16,2	90.034	100,0
2000	76.233	85,6	33.870	38,0	42.363	47,6	12.824	14,4	89.055	100,0
2001	75.265	84,9	32.400	36,5	42.864	48,3	13.419	15,1	88.683	100,0
2002	80.467	85,2	35.333	37,4	45.134	47,8	14.028	14,8	94.495	100,0
2003	79.391	84,5	35.670	37,9	43.720	46,5	14.614	15,5	94.004	100,0
2004	83.137	84,7	38.069	38,8	45.068	45,9	14.984	15,3	98.120	100,0
2005	92.128	86,0	43.043	40,2	49.085	45,8	14.972	14,0	107.100	100,0
2006	93.890	87,0	43.662	40,5	50.228	46,6	14.006	13,0	107.895	100,0
2007	97.173	86,5	47.911	42,6	49.262	43,8	15.196	13,5	112.369	100,0
2008*	106.810	86,9	55.919	45,5	50.891	41,4	16.128	13,1	122.938	100,0

(*) Anno 2008 dati provvisori

Tab. 1.15 - Numeri indice (anno base 1998 = 100) di viaggi effettuati dai residenti in Italia per motivo e tipologia del viaggio e numero medio di pernottamenti per viaggio. Periodo 1998 - 2008
Fonte: Istat.

Anno	Motivo del viaggio								Totale viaggi	
	Totale vacanze		Di cui con un numero di pernottamenti:				lavoro			
			1-3 notti		4 o più notti					
n° indice	media pernott.	n° indice	media pernott.	n° indice	media pernott.	n° indice	media pernott.	n° indice	media pernott.	
1998	100,0	7,4	100,0	1,8	100,0	12,5	100,0	4,5	100,0	7,0
1999	95,3	7,4	93,2	1,8	97,2	12,3	105,8	4,1	96,9	6,9
2000	96,3	7,6	90,0	1,9	102,0	12,2	92,9	4,5	95,8	7,2
2001	95,1	7,4	86,1	1,9	103,2	11,5	97,2	4,0	95,4	6,9
2002	101,7	7,7	93,9	1,9	108,7	12,2	101,6	4,4	101,7	7,2
2003	100,3	7,4	94,8	1,9	105,3	12,0	105,8	4,5	101,1	7,0
2004	105,0	7,1	101,2	1,9	108,5	11,5	108,5	3,5	105,6	6,6
2005	116,4	6,7	114,4	1,9	118,2	11,3	108,4	4,0	115,2	6,3
2006	118,6	7,1	116,1	1,9	121,0	11,6	101,4	3,7	116,1	6,7
2007	122,8	6,5	127,3	1,8	118,6	10,9	110,1	4,1	120,9	6,1
2008*	135,0	6,0	148,6	1,8	122,6	10,6	116,8	3,9	132,3	5,7

(*) Anno 2008 dati provvisori

Tab. 1.16 - Viaggi effettuati dai residenti in Italia, pernottamenti per motivo e tipologia del viaggio. Valori assoluti in migliaia di unità e % sul totale annuo. Anno 2008
Fonte: Istat

Trimestre	Motivo del viaggio								Totale viaggi	
	Totale vacanze		Di cui con un numero di pernottamenti:				lavoro			
			1-3 notti		4 o più notti					
Viaggi	Pernott.	Viaggi	Pernott.	Viaggi	Pernott.	Viaggi	Pernott.	Viaggi	Pernott.	
Valori assoluti										
I	20.560	83.128	12.766	23.451	7.794	59.677	4.005	14.764	24.565	97.892
II	23.072	91.937	14.915	27.746	8.156	64.192	3.335	11.180	26.407	103.117
III	43.796	402.109	13.899	26.004	29.897	376.106	3.568	14.909	47.363	417.018
IV	19.383	66.922	14.339	26.060	5.044	40.863	5.220	21.700	24.603	88.622
TOTALE	106.810	644.097	55.919	103.260	50.891	540.837	16.128	62.553	122.938	706.650
Valori %										
I	19,2	12,9	22,8	22,7	15,3	11,0	24,8	23,6	20,0	13,9
II	21,6	14,3	26,7	26,9	16,0	11,9	20,7	17,9	21,5	14,6
III	41,0	62,4	24,9	25,2	58,7	69,5	22,1	23,8	38,5	59,0
IV	18,1	10,4	25,6	25,2	9,9	7,6	32,4	34,7	20,0	12,5
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Dati provvisori

1.4 — I viaggi degli Italiani all'estero

Nell'84,7% dei casi, i viaggi per vacanza con almeno un pernottamento, effettuati nel corso del 2008 dai residenti in Italia, **hanno avuto come destinazione una località italiana**. La quota residua ha riguardato viaggi effettuati prevalentemente nei Paesi Europei e solo il 3,2% ha interessato destinazioni extraeuropee. Quota, quest'ultima, che si raddoppia se si considerano le sole vacanze con 4 o più notti di permanenza.

I Paesi stranieri che hanno registrato un maggior afflusso di vacanzieri Italiani sono la Francia, 20,4% del totale viaggi per vacanza effettuati all'estero, Spagna (10,5%), Grecia (7,2%), Regno Unito (5,7%). Per contro tra i Paesi Extraeuropei si evidenzia l'Egitto (5,3%) e i Paesi Magrebini (Tunisia, Marocco e Algeria) con il 3,8% dei casi. I dati di fonte Ufficio Italiani Cambi – Banca d'Italia, permettono di effettuare un'analisi più dettagliata sulle modalità di viaggio degli Italiani con destinazione un Paese estero, inoltre tali dati comprendono anche i viaggi senza pernottamenti.

Il numero complessivo, stimato, di Italiani che, nel corso del 2008, si sono recati in un Paese straniero sono complessivamente 57.387.000 unità (+9,3% rispetto al 2007 e + 24,7% rispetto al 2005), effettuando oltre 245.000 pernottamenti. I pernottamenti, pur confermando un trend crescente, registrano ritmi di crescita più contenuti rispetto al numero di viaggi: +0,4% rispetto al 2007 e + 6,5% rispetto al 2005. Si registra pertanto una riduzione del periodo medio di permanenza nelle strutture ricettive estere: si passa dalle 5 notti per viaggiatore nel 2005 a 4,3 notti nel 2008.

I flussi stagionali evidenziano una maggior concentrazione di viaggiatori e pernottamenti nel periodo estivo, 32,5% dei viaggi e 37,6% dei pernottamenti. La quota residua si ripartisce con una certa uniformità nel resto dell'anno.

Oltre la metà dei viaggiatori Italiani all'estero si è recato in uno dei Paesi della comunità europea, il 35,8% in altri paesi Europei e la quota residua, pari all'11,3%, si è recato in Paesi extra-Europei. Gli stati che registrano il maggior numero di presenze di Italiani in assoluto sono Svizzera (32,6%), Francia, (14,1%), Austria, 10,4% e Slovenia (8,4%), tra i Paesi extra Europei si evidenziano Stati Uniti (2%) ed Egitto (1,6%). Mediamente, i soggiorni con il maggior numero di pernottamenti vengono effettuati nei Paesi dell'Oceania, che con oltre 25 notti di permanenza rappresentano anche le mete più dispendiose.

Tab. 1.17 - Viaggiatori Italiani alle frontiere e pernottamenti nelle strutture ricettive all'estero, per trimestri. Valori assoluti in migliaia di unità e valori % sul totale annuo. Periodo 2005 – 2008

Fonte: Elaborazioni su dati Ufficio Italiano Cambi – Banca d'Italia

Periodo	Valori assoluti in migliaia							
	Viaggiatori alle frontiere				Numero di pernottamenti			
	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008
I Trimestre	9.954	9.765	11.068	12.644	52.125	49.851	52.524	52.305
II Trimestre	10.931	11.488	12.041	13.412	50.391	47.925	52.018	53.594
III Trimestre	14.568	15.967	17.139	18.647	88.680	88.934	97.431	92.358
IV Trimestre	10.577	11.909	12.268	12.683	39.068	41.558	42.486	47.059
TOTALE	46.030	49.128	52.517	57.387	230.264	228.268	244.459	245.316
Valori % sul totale annuo								
I Trimestre	21,6	19,9	21,1	22,0	22,6	21,8	21,5	21,3
II Trimestre	23,7	23,4	22,9	23,4	21,9	21,0	21,3	21,8
III Trimestre	31,6	32,5	32,6	32,5	38,5	39,0	39,9	37,6
IV Trimestre	23,0	24,2	23,4	22,1	17,0	18,2	17,4	19,2
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tab. 1.18 - Viaggiatori Italiani alle frontiere per paese di destinazione. Valori assoluti in migliaia e %. Periodo 2005 – 2008

Fonte: Elaborazioni su dati Ufficio Italiano Cambi – Banca d'Italia

Paese di destinazione	Valori assoluti in migliaia							
	Valori assoluti				Valori %			
	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008
Europa - Ue	27.183	27.877	28.760	31.291	56,9	54,8	52,7	52,8
- Austria	5.379	6.012	5.523	6.178	11,3	11,8	10,1	10,4
- Belgio	310	322	345	319	0,6	0,6	0,6	0,5
- Danimarca	99	92	134	99	0,2	0,2	0,2	0,2
- Finlandia	73	61	59	69	0,2	0,1	0,1	0,1
- Francia	7.682	8.104	8.362	8.360	16,1	15,9	15,3	14,1
- Germania	2.385	2.527	2.775	2.877	5,0	5,0	5,1	4,9
- Grecia	1.022	1.005	1.157	1.200	2,1	2,0	2,1	2,0
- Irlanda	141	164	136	161	0,3	0,3	0,2	0,3
- Lussemburgo	39	28	45	49	0,1	0,1	0,1	0,1
- Olanda	424	495	449	489	0,9	1,0	0,8	0,8
- Polonia	287	341	365	386	0,6	0,7	0,7	0,7
- Portogallo	164	213	221	179	0,3	0,4	0,4	0,3
- Regno Unito	1.264	1.083	1.215	1.306	2,6	2,1	2,2	2,2
- Repubblica Ceca	377	447	470	493	0,8	0,9	0,9	0,8
- Romania	728	715	747	879	1,5	1,4	1,4	1,5
- Slovenia	4.316	3.309	3.341	4.964	9,0	6,5	6,1	8,4
- Spagna	1.698	2.115	2.479	2.344	3,6	4,2	4,5	4,0
- Svezia	116	110	134	132	0,2	0,2	0,2	0,2
- Ungheria	331	366	337	344	0,7	0,7	0,6	0,6
- Altri UE	350	367	467	465	0,7	0,7	0,9	0,8
Europa - Extra Ue	15.196	17.536	19.354	21.226	31,8	34,5	35,5	35,8
- Croazia	536	793	617	684	1,1	1,6	1,1	1,2
- Norvegia	59	69	99	109	0,1	0,1	0,2	0,2
- Russia	174	183	182	191	0,4	0,4	0,3	0,3
- Svizzera	13.380	15.522	17.534	19.309	28,0	30,5	32,1	32,6
- Turchia	219	215	221	260	0,5	0,4	0,4	0,4
- Altri Europa - Extra UE	829	753	700	674	1,7	1,5	1,3	1,1
America	2.255	2.120	2.448	2.611	4,7	4,2	4,5	4,4
- Argentina	107	109	104	95	0,2	0,2	0,2	0,2
- Brasile	252	252	289	305	0,5	0,5	0,5	0,5
- Canada	94	81	120	127	0,2	0,2	0,2	0,2
- Cuba	187	179	215	166	0,4	0,4	0,4	0,3
- Messico	240	195	206	230	0,5	0,4	0,4	0,4
- USA	904	900	1.038	1.212	1,9	1,8	1,9	2,0
- Altri America	471	404	477	477	1,0	0,8	0,9	0,8
Africa	1.740	1.928	2.251	2.405	3,6	3,8	4,1	4,1
- Egitto	515	623	762	929	1,1	1,2	1,4	1,6
- Marocco	196	294	467	398	0,4	0,6	0,9	0,7
- Tunisia	447	461	371	497	0,9	0,9	0,7	0,8
- Africa - Altri	582	550	651	581	1,2	1,1	1,2	1,0
Asia	1.160	1.147	1.409	1.520	2,4	2,3	2,6	2,6
- Cina	226	212	254	267	0,5	0,4	0,5	0,5
- Giappone	92	79	84	73	0,2	0,2	0,2	0,1
- India	93	102	136	151	0,2	0,2	0,2	0,3
- Altri Asia	750	754	936	1.029	1,6	1,5	1,7	1,7
Oceania	129	131	183	168	0,3	0,3	0,3	0,3
- Australia	80	78	92	93	0,2	0,2	0,2	0,2
- Oceania - Altri	49	53	90	75	0,1	0,1	0,2	0,1
Dati non ripartibili	131	139	136	83	0,3	0,3	0,2	0,1
Totale	47.794	50.878	54.541	59.304	100,0	100,0	100,0	100,0

Tab. 1.19 - Permanenza media in numero di pernottamenti dei viaggiatori Italiani alle frontiere e spesa media per viaggiatore per paese di destinazione. Periodo 2005 – 2008
Fonte: Elaborazioni su dati Ufficio Italiano Cambi – Banca d'Italia

Paese di destinazione	Valori assoluti							
	Valori assoluti				Spesa media procapite in euro			
	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008
Europa - Ue	4,7	4,4	4,5	4,1	359,34	350,90	357,27	337,67
- Austria	1,7	1,3	1,3	1,2	195,02	150,86	143,04	144,55
- Belgio	8,1	6,0	6,4	5,9	583,87	531,06	550,72	529,78
- Danimarca	6,2	8,8	5,9	7,5	636,36	728,26	552,24	595,96
- Finlandia	10,7	9,7	7,3	6,4	863,01	754,10	762,71	681,16
- Francia	4,0	3,4	4,0	3,4	287,29	276,41	279,84	270,81
- Germania	5,2	4,8	4,6	4,4	523,69	504,95	464,86	473,41
- Grecia	9,1	9,1	9,7	8,7	548,92	648,76	708,73	722,50
- Irlanda	15,8	14,4	12,6	9,4	1.014,18	975,61	852,94	838,51
- Lussemburgo	5,3	3,1	5,4	3,7	461,54	428,57	422,22	510,20
- Olanda	6,2	5,6	5,6	6,0	544,81	539,39	543,43	515,34
- Polonia	9,4	8,7	9,2	8,8	616,72	533,72	597,26	593,26
- Portogallo	11,2	9,6	7,5	8,1	689,02	661,97	728,51	625,70
- Regno Unito	12,1	9,3	9,5	9,9	843,35	802,40	763,79	732,77
- Repubblica Ceca	4,9	5,0	4,3	4,5	448,28	429,53	393,62	460,45
- Romania	14,2	14,7	13,7	14,2	755,49	696,50	692,10	668,94
- Slovenia	0,3	0,3	0,2	0,2	62,33	58,63	60,16	68,69
- Spagna	10,9	9,9	8,1	8,9	715,55	669,03	649,86	654,86
- Svezia	9,6	9,1	8,2	8,4	801,72	745,45	865,67	696,97
- Ungheria	6,0	6,3	4,9	4,9	380,66	453,55	382,79	389,53
- Altri UE	8,4	10,1	8,0	7,7	642,86	664,85	599,57	604,30
Europa - Extra Ue	1,4	1,4	1,1	1,0	123,39	122,09	107,06	113,02
- Croazia	5,8	5,6	3,6	6,5	292,91	327,87	238,25	378,65
- Norvegia	8,9	10,6	8,5	8,1	915,25	1.028,99	939,39	1.100,92
- Russia	10,4	10,5	11,5	8,9	1.103,45	1.224,04	1.197,80	1.246,07
- Svizzera	0,6	0,7	0,6	0,3	67,64	70,16	63,19	64,63
- Turchia	8,2	7,5	7,8	7,4	899,54	804,65	796,38	788,46
- Altri Europa - Extra UE	6,5	7,2	7,5	7,8	447,53	430,28	470,00	489,61
America	15,9	16,7	15,4	15,1	1.331,71	1.455,19	1.410,54	1.367,68
- Argentina	17,4	21,9	21,5	18,0	1.056,07	1.339,45	1.490,38	1.400,00
- Brasile	20,4	23,9	20,2	19,5	1.313,49	1.619,05	1.512,11	1.452,46
- Canada	14,3	20,4	14,3	16,8	1.393,62	1.703,70	1.300,00	1.330,71
- Cuba	12,6	13,7	12,4	13,5	903,74	977,65	986,05	993,98
- Messico	13,3	14,5	13,7	13,3	1.062,50	1.307,69	1.305,83	1.286,96
- USA	16,1	15,5	14,2	13,4	1.667,04	1.744,44	1.624,28	1.485,97
- Altri America	15,9	15,0	15,9	17,1	1.055,20	970,30	1.127,88	1.180,29
Africa	13,1	13,2	13,7	13,1	898,85	832,47	843,63	853,64
- Egitto	10,9	10,2	9,1	9,8	772,82	715,89	674,54	723,36
- Marocco	13,5	17,9	16,8	19,3	1.005,10	952,38	890,79	1.095,48
- Tunisia	11,3	10,1	11,6	9,4	729,31	592,19	641,51	613,68
- Africa - Altri	16,2	16,7	17,9	17,4	1.104,81	1.101,82	1.124,42	1.099,83
Asia	14,8	14,0	14,6	13,9	1.239,66	1.251,09	1.277,50	1.272,37
- Cina	17,3	13,9	17,7	14,2	1.685,84	1.504,72	1.590,55	1.516,85
- Giappone	11,6	15,4	10,2	15,9	1.847,83	2.063,29	1.547,62	1.712,33
- India	23,2	19,5	17,5	20,1	1.204,30	1.352,94	1.286,76	1.344,37
- Altri Asia	13,5	13,2	13,7	12,8	1.034,67	1.080,90	1.164,53	1.167,15
Oceania	26,2	22,6	26,5	25,2	2.031,01	2.167,94	2.065,57	2.083,33
- Australia	34,9	28,4	39,0	34,6	2.250,00	2.307,69	2.673,91	2.494,62
- Oceania - Altri	11,9	14,0	14,0	13,5	1.673,47	1.962,26	1.466,67	1.573,33
Dati non ripartibili	7,8	6,1	5,5	5,9	694,66	496,40	551,47	578,31
Totale	4,8	4,5	4,5	4,1	376,64	361,63	365,82	352,79

La spesa complessiva sostenuta dai viaggiatori italiani all'estero, nel 2008, ammonta a poco meno di 21 milioni di euro, +4,9% rispetto all'anno precedente e +16,2% rispetto al 2005. Incremento ascrivibile esclusivamente al maggior numero di viaggiatori. Infatti, la spesa per viaggiatore all'estero registra un netto trend decrescente: -4,0% rispetto al 2007 e -6,8% rispetto al 2005.

Tab. 1.20 - Spesa complessiva e spesa media procapite dei Viaggiatori Italiani all'estero, per trimestri. Valori assoluti in euro e variazioni %. Importi a valori correnti. Periodo 2005 – 2008
Fonte: Elaborazioni su dati Ufficio Italiano Cambi – Banca d'Italia

Periodo	Valori assoluti							
	Spesa complessiva in milioni di euro				Spesa media procapite in euro			
	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008
I Trimestre	3.840	3.825	4.136	4.330	385,77	391,71	373,69	342,45
II Trimestre	4.100	3.970	4.359	4.698	375,08	345,58	362,01	350,28
III Trimestre	6.570	6.864	7.623	7.707	450,99	429,89	444,78	413,31
IV Trimestre	3.491	3.740	3.834	4.186	330,06	314,05	312,52	330,05
TOTALE	18.001	18.399	19.952	20.922	391,07	374,51	379,92	364,58
Periodo	Variazioni %							
	2006 /2005	2007 /2006	2007 /2008	2008 /2005	2006 /2005	2007 /2006	2007 /2008	2008 /2005
I Trimestre	-0,4	8,1	4,7	12,8	1,5	-4,6	-8,4	-11,2
II Trimestre	-3,2	9,8	7,8	14,6	-7,9	4,8	-3,2	-6,6
III Trimestre	4,5	11,1	1,1	17,3	-4,7	3,5	-7,1	-8,4
IV Trimestre	7,1	2,5	9,2	19,9	-4,9	-0,5	5,6	0,0
TOTALE	2,2	8,4	4,9	16,2	-4,2	1,4	-4,0	-6,8

Tab. 1.21 - Viaggiatori Italiani alle frontiere e spesa in milioni di euro. Valori assoluti in migliaia di unità e % sul totale annuo. Periodo 2005 – 2008
Fonte: Elaborazioni su dati Ufficio Italiano Cambi – Banca d'Italia

Tipologia di struttura ricettiva	Valori assoluti							
	Viaggiatori Italiani alle frontiere (x 1.000)				Spesa in milioni di euro			
	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008
Albergo/Villag. turistico	12.750	13.746	14.751	14.685	9.731	10.426	11.299	11.493
Casa in Affitto	2.101	2.052	2.122	2.379	2.241	2.191	2.481	2.454
Casa di proprietà	1.697	1.654	1.688	1.633	661	625	725	680
Ospite Parenti/Amici	4.684	4.799	5.190	5.352	2.958	2.733	2.911	3.046
Tenda/Carrello/Roulotte	307	267	278	238	160	138	156	122
Motorcaravan, Camper	212	266	429	366	102	112	154	183
Nave (Crociera)	192	167	180	153	168	161	197	176
Comunità	214	218	215	272	231	226	213	331
Ostello della Gioventù	304	316	347	308	142	165	185	169
Altro	1.036	916	949	1.281	644	591	585	785
Nessun Pernottamento	22.531	24.727	26.369	30.721	962	1.031	1.045	1.481
Totale	46.030	49.128	52.517	57.387	18.001	18.399	19.952	20.922
Tipologia di struttura ricettiva	Valori %							
Albergo/Villag. turistico	27,7	28,0	28,1	25,6	54,1	56,7	56,6	54,9
Casa in Affitto	4,6	4,2	4,0	4,1	12,4	11,9	12,4	11,7
Casa di proprietà	3,7	3,4	3,2	2,8	3,7	3,4	3,6	3,3
Ospite Parenti/Amici	10,2	9,8	9,9	9,3	16,4	14,9	14,6	14,6
Tenda/Carrello/Roulotte	0,7	0,5	0,5	0,4	0,9	0,8	0,8	0,6
Motorcaravan, Camper	0,5	0,5	0,8	0,6	0,6	0,6	0,8	0,9
Nave (Crociera)	0,4	0,3	0,3	0,3	0,9	0,9	1,0	0,8
Comunità	0,5	0,4	0,4	0,5	1,3	1,2	1,1	1,6
Ostello della Gioventù	0,7	0,6	0,7	0,5	0,8	0,9	0,9	0,8
Altro	2,3	1,9	1,8	2,2	3,6	3,2	2,9	3,8
Nessun Pernottamento	48,9	50,3	50,2	53,5	5,3	5,6	5,2	7,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tab. 1.22 - Viaggiatori Italiani alle frontiere e pernottamenti nelle strutture ricettive all'estero, per motivo del viaggio. Valori assoluti in migliaia di unità e % sul totale annuo. Periodo 2005 — 2008

Fonte: Elaborazioni su dati Ufficio Italiano Cambi – Banca d'Italia

Motivi del viaggio	Valori Assoluti							
	Viaggiatori Italiani alle frontiere (x1.000)				Numero di pernottamenti			
	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008
Personali	34.239	36.442	38.279	42.562	165.593	162.381	172.012	181.156
- <i>Vacanze</i>	17.884	18.692	20.399	18.727	102.929	101.440	106.066	104.774
- <i>Studio, corsi</i>	762	705	916	1.077	22.820	18.991	19.503	21.818
- <i>Religiosi</i>	207	214	133	296	1.883	1.714	1.173	1.910
- <i>Cure, terme</i>	539	647	559	513	475	571	744	696
- <i>Viaggi di nozze</i>	220	254	318	356	3.086	3.341	4.626	5.197
- <i>Visita a parenti</i>	2.481	2.803	2.953	3.295	25.035	25.742	29.031	35.995
- <i>Visita ad amici</i>	1.937	2.024	2.340	2.604	4.668	5.177	5.774	6.518
- <i>Acquisti, shopping</i>	8.322	8.800	8.493	13.174	102	121	130	239
- <i>Altro</i>	1.887	2.303	2.167	2.520	4.595	5.285	4.966	4.011
Lavoro/affari	11.791	12.686	14.238	14.825	64.671	65.887	72.447	64.160
- <i>Stagionali e frontalieri</i>	2.623	2.759	3.351	2.967	7.829	8.036	6.651	3.856
- <i>Convegni e congressi</i>	872	1.049	943	1.009	3.624	3.207	2.883	3.658
- <i>Altri motivi di lavoro</i>	8.297	8.878	9.944	10.850	53.218	54.644	62.912	56.646
Totale	46.030	49.128	52.517	57.387	230.264	228.268	244.459	245.316
	Valori %							
Personali	74,4	74,2	72,9	74,2	71,9	71,1	70,4	73,8
- <i>Vacanze</i>	38,9	38,0	38,8	32,6	44,7	44,4	43,4	42,7
- <i>Studio, corsi</i>	1,7	1,4	1,7	1,9	9,9	8,3	8,0	8,9
- <i>Religiosi</i>	0,4	0,4	0,3	0,5	0,8	0,8	0,5	0,8
- <i>Cure, terme</i>	1,2	1,3	1,1	0,9	0,2	0,3	0,3	0,3
- <i>Viaggi di nozze</i>	0,5	0,5	0,6	0,6	1,3	1,5	1,9	2,1
- <i>Visita a parenti</i>	5,4	5,7	5,6	5,7	10,9	11,3	11,9	14,7
- <i>Visita ad amici</i>	4,2	4,1	4,5	4,5	2,0	2,3	2,4	2,7
- <i>Acquisti, shopping</i>	18,1	17,9	16,2	23,0	0,0	0,1	0,1	0,1
- <i>Altro</i>	4,1	4,7	4,1	4,4	2,0	2,3	2,0	1,6
Lavoro/affari	25,6	25,8	27,1	25,8	28,1	28,9	29,6	26,2
- <i>Stagionali e frontalieri</i>	5,7	5,6	6,4	5,2	3,4	3,5	2,7	1,6
- <i>Convegni e congressi</i>	1,9	2,1	1,8	1,8	1,6	1,4	1,2	1,5
- <i>Altri motivi di lavoro</i>	18,0	18,1	18,9	18,9	23,1	23,9	25,7	23,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tab. 1.23 - Numero medio di pernottamenti e spesa media procapite dei viaggiatori Italiani all'estero, per motivo del viaggio. Valori assoluti. Periodo 2005 — 2008

Fonte: Elaborazioni su dati Ufficio Italiano Cambi – Banca d'Italia

Motivi del viaggio	Numero medio							
	Pernottamenti				Spesa media procapite			
	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008
Personali	4,8	4,5	4,5	4,3	341	327	333	328
- <i>Vacanze</i>	5,8	5,4	5,2	5,6	439	431	420	473
- <i>Studio, corsi</i>	29,9	26,9	21,3	20,3	975	962	798	755
- <i>Religiosi</i>	9,1	8,0	8,8	6,5	435	397	383	449
- <i>Cure, terme</i>	0,9	0,9	1,3	1,4	124	156	152	203
- <i>Viaggi di nozze</i>	14,0	13,2	14,5	14,6	1709	1811	2022	1961
- <i>Visita a parenti</i>	10,1	9,2	9,8	10,9	530	435	467	501
- <i>Visita ad amici</i>	2,4	2,6	2,5	2,5	179	196	183	188
- <i>Acquisti, shopping</i>	0,0	0,0	0,0	0,0	67	66	62	66
- <i>Altro</i>	2,4	2,3	2,3	1,6	173	143	154	139
Lavoro/affari	5,5	5,2	5,1	4,3	537	512	507	469
- <i>Stagionali e frontalieri</i>	3,0	2,9	2,0	1,3	186	150	137	102
- <i>Convegni e congressi</i>	4,2	3,1	3,1	3,6	519	455	431	475
- <i>Altri motivi di lavoro</i>	6,4	6,2	6,3	5,2	649	630	639	568
Totale	5,0	4,6	4,7	4,3	391	375	380	365

Oltre la metà dei viaggiatori, nel corso del 2008, ha effettuato un viaggio senza alcun pernottamento. Le strutture ricettive maggiormente utilizzate dagli Italiani sono gli alberghi e i villaggi turistici, che hanno fornito ospitalità al 25,7% dei viaggiatori del 2008 e assorbono oltre la metà della spesa complessiva per viaggio.

Quasi tutte le modalità di viaggio, dal 2005 al 2008, registrano un trend positivo, ad eccezione dei viaggiatori che per pernottare utilizzano i campeggi (-14,4% rispetto al 2007 e -22,5 rispetto al 2005) e i viaggi per crociera (-15,0% rispetto al 2007 e -20,3 rispetto al 2005).

Il principale motivo di viaggi all'estero degli Italiani è la vacanza (32,6% dei viaggi effettuati nel corso del 2008) e lo "shopping" (nel 23,0% dei casi).

I viaggi con una durata media maggiore, in termini di pernottamenti, sono i viaggi per studio (oltre 20 pernottamenti) e i viaggi di nozze, che hanno una durata di circa 15 pernottamenti e costituiscono i viaggi più dispendiosi.



2. Sostenibilità e turismo

La sostenibilità è un concetto complesso, multidimensionale, con declinazioni che toccano tre ambiti fondamentali per la vita umana: sociale, economico ed ambientale. La sostenibilità si concretizza nella ricerca di un modello di sviluppo qualitativo fondato sulla tutela e sulla salvaguardia delle risorse naturali, che pone in primo piano i valori di equità nella distribuzione della ricchezza e di rispetto delle identità culturali e sociali.

In questa ottica risulta evidente l'intensità del legame che intercorre fra l'attività economica turistica, la società e l'ambiente. Risulta parimente evidente l'importanza del rapporto che unisce sostenibilità e turismo ed è proprio a tale relazione, al ruolo rivestito dagli attori principali del ciclo di vita del prodotto turistico, alla necessità di iniziare a porre le basi per un sistema di misurazione/valutazione della sostenibilità, che è dedicato il capitolo che segue.

2.1— Il concetto di sostenibilità

L'idea di sviluppo sostenibile, che si è affacciata al dibattito mondiale e partì dal Vertice di Rio de Janeiro del giugno 1992, ha sollevato un grande dibattito teso a definire in modo univoco il concetto di sostenibilità che il Rapporto Brundtland della Commissione Mondiale su Ambiente e Sviluppo del 1987 ha tradotto nel concetto cardine basato sul principio di salvaguardia delle risorse del pianeta a favore delle generazioni future.

Lo sviluppo sostenibile implica un processo di miglioramento qualitativo in grado di "durare" nel tempo in quanto consapevole, da un lato, dei fattori di scarsità delle risorse naturali che alimentano i processi di produzione e di consumo e, dall'altro lato, della fragilità dei valori culturali e sociali che stanno alla base dei contesti di riferimento delle attività economiche e produttive.

Il concetto di sostenibilità implica la ricerca di un nuovo modello di sviluppo in grado di indirizzare la politica, l'economia e la società nel suo complesso verso valori di responsabilità, di trasparenza e di tutela. Esso pone la necessità di tradurre l'etica sociale in obiettivi concreti, chiaramente definiti e misurabili con esattezza. Sono numerose le iniziative/dichiarazioni/adozioni/inviti di adozione di pratiche di assunzione di responsabilità sociale, etica, ambientale rivolte al mondo economico ed alla società in genere, con lo scopo di creare valore, elevare il livello di prestazione, garantire al mercato ed alla comunità un'economia, un ambiente ed una qualità della vita etica e sostenibile⁵.

Il concetto di sostenibilità può, pertanto, essere inteso come la risultante di una situazione processuale e dinamica prodotta dall'interazione e cumulazione di una pluralità di processi, fenomeni e azioni (fattori) caratterizzati da una maggiore o minore estensione o rilevanza su aree territoriali e contesti socio-economici. La sua declinazione in termini modulari può essere riassunta dalle definizioni di seguito riportate.

La sostenibilità ambientale, intesa come uso cosciente e ridotto delle risorse non rinnovabili a favore di quelle rinnovabili, ha come obiettivo la salvaguardia dell'ambiente e della biodiversità, richiama la necessità di una limitazione della produzione di rifiuti che non possono essere smaltiti nei cicli naturali e si estende anche agli altri ambiti economico e sociale. La sostenibilità ambientale sottintende, inoltre, il concetto di vivibilità, intesa come spazio fisico

*La sostenibilità
ambientale*

⁵ Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo adottata dall'Assemblea Generale delle Nazioni Unite il 10 Dicembre 1948, Rapporto (Brundtland) della Commissione Mondiale su Ambiente e Sviluppo del 1987, "Agenda 21" documento di propositi ed obiettivi programmatici su ambiente, economia e società UNCED, approvata in sede di Conferenza ONU su Ambiente e Sviluppo, Rio de Janeiro - giugno 1992; Carta di Aalborg, Danimarca -1994; il Consiglio di Lisbona del Marzo 2000; Conferenza ONU sullo Sviluppo Sostenibile di Johannesburg, 2002; il "Libro Verde" della Commissione Europea del Luglio 2001; il "Libro Bianco" del Luglio 2002; il Trattato Europeo dei Diritti Umani e la Carta Sociale Europea; il protocollo di Kyoto 2003; i principi universali del Globe Compact delle Nazioni Unite; gli Aalborg Commitments, 2004.

nel quale venga assicurata la salubrità dell'esistenza umana e animale e vegetale.

La sostenibilità economica deve essere tale per cui una crescita nel tempo della produzione dei beni e servizi, garantisca il rispetto delle risorse naturali e limiti il cosiddetto impatto ambientale dei processi produttivi. Il mezzo attraverso cui raggiungere lo sviluppo economico sostenibile è il progresso tecnologico che può consentire di ridurre i coefficienti di sfruttamento dell'ambiente per unità di prodotto o servizio. Ciò attraverso l'introduzione e la diffusione di tecnologie più pulite, che applicate a monte dei processi produttivi ne riducono l'intensità di inquinamento, attraverso tecnologie più efficienti di abbattimento dell'inquinamento a valle, con l'aumento delle attività di recupero dei rifiuti e dei residui, con la riduzione dei consumi di energia, con l'ottimizzazione dell'utilizzo delle risorse, ecc. Tutto ciò richiede, inoltre, una modifica della convinzione secondo la quale l'aumento del consumo materiale è sinonimo di progresso e di successo.

La sostenibilità economica

La sostenibilità sociale si fonda su di un elevato grado di equità, coesione e giustizia sociale, di identità culturale, di partecipazione alle scelte e all'assunzione di responsabilità, oltre che sulla garanzia di una adeguata educazione, sulla tutela della salute e sulla formazione professionale. Parimenti deve essere preservata la libertà individuale, intesa come possibilità di scelta e di definizione degli obiettivi personali.

La sostenibilità sociale

Il vincolo di sostenibilità dello sviluppo determina dunque l'esigenza di progettare sistemi economici e sociali in grado di **raggiungere simultaneamente gli obiettivi**, tramite la difesa dell'ambiente, inteso nella sua accezione più estesa, come ambiente naturale, artificiale e culturale, l'estensione dell'orizzonte temporale degli interventi e il perseguimento dell'equità intra e intergenerazionale [Pearce et al. 1989]. La sostenibilità è incompatibile non solo con il degrado delle risorse naturali, ma anche con la violazione della dignità e della libertà umana, con la povertà ed il declino economico.

Le politiche per la sostenibilità implicano, quindi, scelte strategiche che includono, oltre ai fattori ambientali, i fattori economici e sociali e propongono un modello di sviluppo incentrato sulla qualità, sulla tutela del patrimonio naturale, attento ai valori di equità nella distribuzione della ricchezza e di rispetto delle identità culturali e sociali.

Considerando i tre ambiti di declinazione del concetto di sostenibilità (sociale, economico, ambientale) **risulta chiaro che il turismo, rispetto ad altre attività economiche, è caratterizzato da un rapporto speciale con l'ambiente e con la società.**

Il legame con il turismo

Il turismo, se sviluppato in misura eccessiva o pianificato in modo non corretto, può intaccare significativamente le peculiarità essenziali per lo sviluppo sostenibile. Contemporaneamente, se sviluppato in modo virtuoso, il turismo rappresenta un importante veicolo di sostenibilità e di miglioramento della qualità della vita dei visitatori e delle comunità ospiti.

Esistono molte definizioni di turismo sostenibile. Quella più generale lo qualifica come **"turismo in grado di soddisfare le esigenze dei turisti attuali e delle regioni ospitanti prevedendo e accrescendo le opportunità per il futuro. Tutte le risorse dovrebbero essere gestite in modo tale che le esigenze economiche, sociali ed estetiche possano essere soddisfatte mantenendo l'identità culturale, i processi ecologici essenziali, la diversità biologica, i sistemi di supporto alla vita dell'area in questione"** (Organizzazione Mondiale del Turismo).

Il concetto di turismo sostenibile

Ogni forma di attività turistica che rispetta e preserva a lungo termine le risorse naturali, culturali e sociali e che contribuisce in modo positivo ed equo allo sviluppo economico e al benessere degli individui che vivono e lavorano in questi spazi può essere intesa come turismo sostenibile (Fonte AITR – Associazione italiana turismo responsabile). La sostenibilità deve caratterizzare l'intero fenomeno turistico, soprattutto nelle destinazioni di massa.

I prodotti turistici sostenibili sono, quindi, quelli che agiscono in armonia con l'ambiente, la comunità e le culture locali, in modo tale che essi siano i beneficiari e non le vittime dello svi-

luppo turistico. Letto in quest'ottica il turismo è, quindi, un'attività che cerca di minimizzare gli impatti sull'ambiente, sulla cultura e sulla società generando contemporaneamente reddito, occupazione e la conservazione degli ecosistemi locali.

Le definizioni sono, comunque, in continua evoluzione. Il turismo sostenibile, infatti, sta assumendo nuove connotazioni: la sostenibilità viene allargata anche al mantenimento o al recupero della solidarietà tra le diverse generazioni delle comunità ospitanti affinché la monocultura turistica non rischi di disgregare i valori locali [a].

La progressiva consapevolezza delle possibili ripercussioni negative portate da uno sviluppo non corretto del turismo ha favorito la riflessione sul tema turismo e sviluppo sostenibile (iniziata durante il Summit di Rio e continuata a livello internazionale nell'ambito di diversi meeting e conferenze, conclusi con l'emanazione di Carte e Dichiarazioni.) Tra i primi documenti fondamentali, in materia di sostenibilità del turismo, si segnalano:

- Carta del Turismo Sostenibile, scaturita dalla Conferenza di Lanzarote del 1995,
- Carta dell'Organizzazione Mondiale del Turismo (1996) dal titolo "Turismo: Principi base per uno sviluppo sostenibile"
- Calvià (1997): Conferenza internazionale "turismo e sviluppo sostenibile nel bacino del Mediterraneo";
- Dichiarazione di Berlino (1997) "Turismo durevole e Sviluppo Sostenibile";
- Carta di Rimini (2001), frutto della prima Conferenza internazionale sul turismo sostenibile.

La Carta di Rimini per un Turismo Sostenibile e Competitivo (nel suo aggiornamento del 2008) presenta le raccomandazioni e le proposte orientate all'azione per un turismo sostenibile nelle destinazioni del turismo di massa, così come sono state approvate dai partecipanti della Seconda Conferenza Internazionale sul Turismo Sostenibile (Riccione, novembre 2008). La Carta convalida gli Aalborg Commitments del 2004 in riferimento al Turismo Sostenibile. Fa propri gli indirizzi dell'Organizzazione Mondiale del Turismo per l'affermazione del turismo sostenibile, con particolare riferimento a:

- Fare un uso ottimale delle risorse ambientali, che costituiscono un elemento chiave per lo sviluppo del turismo, tutelando il mantenimento dei processi ecologici essenziali e contribuendo a conservare il patrimonio naturale e la biodiversità;
- Rispettare l'autenticità socio-culturale delle comunità ospitanti, promuovere la conservazione del loro patrimonio culturale, materiale ed immateriale, dei loro valori tradizionali, e contribuire alla comprensione e alla tolleranza fra diverse culture;
- Assicurare in un'ottica di lungo termine benefici socio-economici equamente distribuiti a tutte le parti interessate, **tra cui la stabilità dell'occupazione e la qualità del lavoro;**
- Garantire la partecipazione informata di tutte le parti interessate;
- Monitorare in modo costante gli impatti;
- Mantenere un elevato livello di soddisfazione dei turisti aumentando la loro consapevolezza sui temi della sostenibilità;

Lo sviluppo sostenibile del turismo richiede un continuo monitoraggio degli impatti e delle politiche/azioni attuate dai vari attori che determinano la filiera turistica. Tale monitoraggio è funzionale all'attivazione di eventuali azioni preventive o correttive.

La responsabilità degli effetti negativi dell'attività turistica non va, infatti, attribuita unicamente a comportamenti scorretti dei turisti, ma va distribuita ai diversi soggetti pubblici e privati che hanno un ruolo nel corso del ciclo di vita del servizio turistico. Tra questi soggetti si trovano ad avere un ruolo fondamentale le **Istituzioni centrali e locali**, gli **operatori turistici** nonché la **comunità locale: soggetti che devono tutti concorrere per il medesimo obiettivo**

*I principali attori
nel ciclo di vita
del servizio
turistico*

[a] Agenzia Regionale Protezione Ambientale del Lazio, "Turismo sostenibile e turismo responsabile"; [b] Touring Club Italiano, Direzione Studi e Ricerche del TCI in collaborazione con CONAI, "Sviluppo sostenibile e competitività del settore turistico", anno 2005

comune di sostenibilità [a].

Il raggiungimento dell'obiettivo della sostenibilità del turismo risulta, quindi, significativamente correlato al fatto **che gli stessi orientamenti virtuosi** fungano da guida, nelle scelte strategiche, sia per le realtà territoriali meta del flusso turistico, sia per gli Operatori del settore. Per fare sì che ciò accada è necessaria, da parte di questi ultimi, l'adozione del concetto cardine che, nel lungo periodo, **la competitività dipende dalla sostenibilità** (con la conseguente evoluzione dei modelli di produzione e di consumo). Sviluppo economico e sostenibilità non sono dunque obiettivi contrapposti, ma rappresentano due mete da raggiungere contemporaneamente.

Il concetto di sostenibilità racchiude, al suo interno, obiettivi di salvaguardia, tutela, valorizzazione di fattori quali il patrimonio artistico, culturale, sociale e ambientale di una realtà territoriale. Tali fattori rappresentano, contemporaneamente, elementi di attrattività turistica e quindi la loro tutela e la loro valorizzazione costituiscono azioni a supporto della competitività del turismo.

Fra i principali elementi di fragilità degli **attuali modelli di consumo** di evidenziano aspetti quali:

- il comportamento dei turisti (per i quali risultano basilari le azioni di informazione/sensibilizzazione in materia di sostenibilità)
- le ricadute dei modelli di mobilità turistica
- la stagionalità dei flussi turistici, che può portare a due situazioni opposte nel corso dell'anno. Nel periodo di "alta stagione" si può verificare una eccessiva pressione sui servizi e sulle dotazioni territoriali complessive; elementi i quali, nei periodi dell'anno caratterizzati da una minore attrattività dei movimenti turistici, possono invece risultare sovradimensionati e sottoutilizzati.

Per quel che riguarda i **modelli di produzione** turistica occorre:

- agire sull'offerta in modo che vi sia compatibilità fra i vantaggi economici dell'Operatore e la valorizzazione dei prodotti turistici che hanno come peculiarità determinati qualità ambientali e adesione a principi di responsabilità sociale.
- incentivare la valorizzazione dei fattori di attrattività presenti nel contesto territoriale meta del flusso turistico

Come anticipato è necessaria una evoluzione dei modelli di produzione turistica e di consumo, nell'ottica virtuosa della sostenibilità, con il superamento dei suddetti elementi di criticità. Un modello di sviluppo turistico equilibrato trova le basi del proprio successo proprio nella gestione integrata degli aspetti relativi ai tre ambiti di declinazione del concetto generale di sostenibilità (sociale, economico, ambientale). In particolare occorre garantire contemporaneamente:

- la compatibilità sociale e culturale (evitando che il turismo comporti modifiche o la perdita di valori o dell'identità culturale nella comunità ospitante)
- la compatibilità ecologico – ambientale
- la compatibilità economica (con particolare attenzione ai costi sociali ed ambientali di medio – lungo periodo).

Occorre prestare particolare attenzione ai costi nascosti che le attività turistiche possono negativamente comportare per le comunità locali. Uno dei principali effetti negativi riguarda la non coincidenza fra luogo in cui si generano le rendite economiche e il loro luogo di godimento. Un requisito fondamentale del turismo sostenibile è, invece, rappresentato **dall'equa distribuzione dei benefici socio-economici e dalla partecipazione attiva delle popolazioni locali nella gestione delle attività turistiche.**

Lo sviluppo della cooperazione sociale può ricevere un contributo fondamentale dal turismo sostenibile in quanto la peculiarità fondamentale di questa tipologia di turismo non è limitata

alle tematiche ambientali ma si estende alla gestione locale dei servizi e alla partecipazione attiva delle comunità autoctone, con conseguenti effetti benefici sui relativi aspetti socio-economici.

Il turismo è un fenomeno che deve essere gestito e controllato al fine di massimizzare i suoi possibili benefici economici ed occupazionali, evitando negative ricadute ambientali o sociali e garantendo allo stesso tempo la conservazione delle risorse turistiche per una continua fruizione nel tempo [c]. Con riferimento alle destinazioni turistiche, **le attività di pianificazione, programmazione e regolazione** attuate sullo specifico territorio, **sono uno strumento fondamentale per ampliare i benefici connessi e minimizzare gli impatti negativi**. Attraverso la programmazione è possibile infatti prevedere, misurare l'impatto ambientale sulle risorse territoriali, sul sistema delle infrastrutture e dei servizi, verificare le capacità di carico e attivare azioni di delocalizzazione dei flussi verso aree sotto minor pressione, contribuendo allo sviluppo economico. Questa lettura implica l'impegno e il ruolo centrale delle Amministrazioni locali le quali dovranno adottare politiche di governo e strategie che vadano ad integrare l'organizzazione urbana, dei servizi territoriali, dei trasporti, delle modalità di uso e di rapporto con le risorse naturali. A tale scopo, inoltre, le Amministrazioni locali possono:

L'importanza delle attività delle Amministrazioni locali

- sostenere le azioni volontarie dei produttori e fornitori di servizi nell'ambito dei marchi di qualità ambientale.
- sostenere ed incentivare i Sistemi di Gestione Ambientale e gli strumenti di certificazione ambientale
- esaltare l'identità di un territorio, le tipicità che ad esso appartengono, le radici culturali delle comunità che vi risiedono
- avviare e coordinare azioni locali di sostenibilità turistica, all'interno dei Piani di Azione di Agenda 21 locale.

In estrema sintesi: gli impatti che il turismo può provocare nei tre ambiti di declinazione del concetto di sostenibilità (ambientale, sociale ed economico) impongono una profonda rivoluzione culturale e progettuale per gli Operatori pubblici e privati, per i turisti-visitatori e per le comunità ospitanti (incluso il sistema politico-amministrativo). Le politiche di sostenibilità devono passare dalla fase di “dichiarazione di principio” alla fase di “elemento fondante” nelle scelte strategiche dei soggetti principali che intervengono nel percorso di vita del servizio turistico.

2.2—Il ruolo dei Tour Operator

Come anticipato nel paragrafo precedente il turismo integra le azioni di alcune tipologie di soggetti: i turisti, le imprese, la comunità ospitante e il sistema politico – amministrativo che governa le località di destinazione dei flussi turistici.

Fra le principali tipologie di imprese che compongono il sistema dell'offerta turistica si annoverano le attività ricettive e le imprese di intermediazione (agenzie di viaggio e Tour Operator).

L'azione dei Tour Operator

Le imprese turistiche sono fra i principali attori della possibile attuazione di strategie di sostenibilità e, in tal senso, la loro azione può essere monitorata mediante una gamma di strumenti che conta, al suo interno, i Sistemi di certificazione della qualità, le certificazioni ambientali, etiche, di sostenibilità e le specifiche certificazioni turistiche messe a punto a livello europeo.

[c] Gruppo di coordinamento Agenda 21 “Terre di Siena” “Turismo Sostenibile: principi di base e possibili strategie per le Pubbliche Amministrazioni”.

Gli Operatori turistici occupano una posizione cruciale nell'industria del turismo: nel creare pacchetti vacanze influiscono direttamente sulla catena dei servizi turistici forniti come possono essere i servizi di accoglienza e di trasporto. Influiscono anche sul livello e sul tipo di sviluppo delle destinazioni turistiche. Possono quindi avere un importante ruolo come catalizzatori di cambiamenti positivi nel proteggere il benessere delle comunità ospitanti e dei clienti.

In particolare, il Tour Operator è l'intermediario più frequente tra la vacanza e il turista: ovvero è colui che organizza l'offerta turistica. Questa figura è importante perché ricopre allo stesso tempo due ruoli: predisponendo l'offerta di viaggi e vacanze, l'Organizzatore agisce come **venditore**; nello stesso tempo, rispetto alle località e alle strutture turistiche si pone come **cliente**, scegliendo, tra i tanti possibili, le destinazioni ed i servizi migliori, adatti al proprio mercato e al tipo di turismo che vuole promuovere [d]. In particolare il Tour operator

- dirige il flusso dei viaggiatori-turisti
- influenza lo sviluppo delle realtà territoriali destinazione dei flussi turistici
- influenza la filiera turistica
- influenza le scelte e il comportamento dei consumatori

In vari Paesi europei le reti di Tour operator hanno abbracciato il concetto di sostenibilità e stanno promuovendo le buone pratiche tra i propri membri. I Tour Operator possono inoltre esercitare una significativa influenza sui fornitori di servizi turistici: la selezione delle aziende con cui lavorare può, infatti, avvenire sulla base dei criteri di sostenibilità.

La *Carta di Rimini* indica la necessità di rafforzare le attività finalizzate alla sensibilizzazione dei Tour Operator, delle imprese turistiche e dei turisti allo scopo di promuovere positivamente un loro ruolo attivo.

Dai primi anni '90 molti organizzatori di viaggi hanno iniziato a considerare aspetti di sostenibilità all'interno del proprio lavoro quotidiano [e], come per esempio:

- La gestione interna, con misure di risparmio energetico e utilizzo di risorse rinnovabili e riciclabili
- Lo sviluppo del prodotto attraverso una pianificazione e creazione delle offerte di viaggio tali da ridurre gli impatti negativi ambientali, economici e sociali.
- L'esempio e il servizio offerto ai consumatori attraverso l'indicazione di offerte sostenibili nei cataloghi, un comportamento responsabile (garantito per esempio da un codice di condotta) e la diffusione di informazioni relative al comportamento responsabile da adottare localmente.
- Il supporto alle associazioni di categoria e alle Istituzioni locali con la promozione e l'impegno attivo in iniziative sostenibili (per esempio Agenda 21 locale nei comuni) e con contributi economici per progetti di protezione ambientale e sviluppo locale.
- Controlli di sostenibilità o compatibilità ambientale sulle offerte prima di accettarne la pubblicazione nei cataloghi e adozione di criteri di sostenibilità per la contrattazione con i fornitori locali.

Gli Operatori turistici possono ricavare molti vantaggi dalla collaborazione con imprese turistiche certificate [e]:

- I prodotti certificati possono essere indicati come prodotti "di qualità superiore". Per molti dei fornitori certificati, il miglioramento della qualità ambientale è un ulteriore passo verso un miglioramento della qualità complessiva.
- I sistemi di certificazione garantiscono le prestazioni ambientali di prodotti turistici, visto che richiedono il controllo da parte di un organismo indipendente.

I vantaggi dell'operare con "imprese sostenibili"

[d] ENEA – Ente per le nuove tecnologie, l'energia e l'ambiente, Serie Ambiente, "Tour Operator, ambiente e sviluppo sostenibile", anno 2001; [e] A.A.V.V., L'iniziativa Visit, "Marchi ambientali nel turismo europeo – verso una maggiore sostenibilità del mercato", anno 2004

- La buona immagine di un'impresa impegnata nello sviluppo sostenibile ha un effetto positivo sulla soddisfazione del cliente, sul valore di mercato e sulla notorietà e quindi tende a garantire a lungo termine una maggiore capacità competitività sul mercato.
- Buone prestazioni e offerta sostenibile di alta qualità da parte degli operatori turistici riducono i rischi di conflittualità locale con le amministrazioni e la popolazione locale e migliorano la reputazione di partner affidabile. Ciò, a sua volta, ha un effetto positivo sulle possibilità di contrattazione, migliora la competitività di prodotti già affermati e l'opportunità di sviluppo di nuovi prodotti; infine, favorisce un rapporto collaborativo con le amministrazioni locali e la soddisfazione dei propri collaboratori.
- L'offerta turistica che offre quel pizzico di qualità in più resta a lungo come ricordo positivo nelle menti degli ospiti e contribuisce in modo decisivo a una fidelizzazione a lungo termine dei clienti. Ospiti contenti che tornano volentieri costituiscono una base importante per un turismo di successo.

Gli Operatori turistici e le agenzie di viaggio possono giocare un ruolo determinante nel dare nuove regole al turismo, in quanto decisori del ventaglio di destinazioni dei turisti e della gamma di servizi che utilizzeranno.

La rete TOI Alcune delle maggiori imprese hanno siglato una iniziativa volontaria, **la Tour Operators' Initiative**, impegnandosi a considerare le questioni ambientali nella gestione e progettazione dei viaggi e di realizzare e condividere le pratiche più efficaci.

L'Iniziativa dei Tour Operators per lo sviluppo del Turismo Sostenibile (TOI) è una rete di Operatori turistici che si dedicano a promuovere lo sviluppo di forme di turismo sostenibili. L'Iniziativa è sostenuta dal Programma Ambientale delle Nazioni Unite (UNEP), dall'Organizzazione Scientifica, Culturale ed Educativa delle Nazioni Unite (UNESCO) e dall'Organizzazione Mondiale del Turismo (WTO/OMT).

I membri della *Tour Operators' Initiative* si sono impegnati ad **operare secondo pratiche positive, sia al loro interno che nell'instaurazione di rapporti con partners, fornitori e subappaltatori** [f]. In particolare si sono impegnati a:

- proteggere l'ambiente naturale ed il patrimonio culturale;
- cooperare con le comunità e con le popolazioni locali per assicurare che esse traggano beneficio dalla visita dei loro clienti e per incoraggiare i loro clienti a rispettare lo stile di vita locale;
- preservare le piante e gli animali, le aree protette ed i paesaggi;
- rispettare l'integrità delle culture locali e delle loro istituzioni sociali;
- attenersi alle leggi ed alle norme locali, nazionali ed internazionali;
- opporsi e scoraggiare attivamente forme di turismo illegali, abusive o di sfruttamento;
- lavorare in stretto contatto con i propri partner in affari, con le autorità locali, con i governi nazionali e regionali, e con altre organizzazioni per ottenere lo sviluppo sostenibile del turismo;
- fornire informazioni sulle loro attività per sviluppare ed incoraggiare lo sviluppo e la gestione sostenibile del turismo;
- comunicare i loro progressi nella realizzazione dei loro propositi.

[f] TOI, Atti della Conferenza Internazionale sul Turismo Sostenibile, Rimini, giugno 2001

2.3—Indicatori di monitoraggio della sostenibilità turistica dei Tour Operator

L'individuazione di metodologie e di strumenti operativi per la **misurazione della sostenibilità nel settore turistico** costituisce un compito complesso. Tale complessità si manifesta per entrambi gli attori principali della sostenibilità turistica: le imprese e le destinazioni.

Sono quattro le tipologie fondamentali di operatori economici alle quali può essere ricondotta l'impresa turistica:

- le imprese che offrono pacchetti di viaggio comprensivi di varie tipologie di servizi
- le imprese che offrono servizi di pernottamento e una quota di quelli che offrono servizi di ristorazione
- le imprese che erogano servizi di trasporto
- le imprese che erogano servizi accessori (come i parchi di divertimento)

Nel presente paragrafo l'attenzione sarà focalizzata sulla figura dei Tour Operator riprendendo il modello GRI (Global Reporting Initiative), uno dei pochi esempi a livello internazionale di modelli di valutazione della sostenibilità appositamente dedicati alle imprese turistiche.

In particolare è stato sviluppato **da Tour Operators' Iniziative, in collaborazione con Global Reporting Iniziative, un supplemento di settore GRI appositamente dedicato ai Tour Operator** (2002).

La griglia metodologica GRI-TOI

Tale griglia metodologica contempla 47 indicatori appositamente sviluppati per la misurazione delle performance dei Tour Operator con riferimento agli aspetti ambientali, economici e sociali della loro attività. Gli indicatori sono organizzati in cinque macro-categorie descrittive delle fasi del percorso di vita del prodotto turistico:

- Gestione e sviluppo del prodotto: comprende la fase di individuazione della destinazione e della gamma di servizi inserita nel prodotto
- Gestione interna: contempla le diverse attività svolte all'interno dell'impresa
- Gestione della catena dei fornitori: riguarda le politiche, i criteri e le azioni relative alla selezione e al rapporto contrattuale con i fornitori
- Rapporti con il cliente: tutto ciò che riguarda le relazioni con la clientela, con particolare attenzione alle operazioni di divulgazione di informazioni/sensibilizzazione in materia di sostenibilità.
- Cooperazione con la destinazione: Le azioni principali sono relative all'impegno per avviare un dialogo con i portatori di interesse per la minimizzazione degli impatti negativi del turismo e per il miglioramento delle condizioni di vita nelle realtà meta dei flussi turistici.

L'analisi proposta nel successivo paragrafo è finalizzata alla ricognizione e alla ricostruzione descrittiva dello stato di fatto delle azioni messe in campo dai Tour Operator (che rappresenta il primo passo verso la costruzione di un sistema di misurazione delle prestazioni) in materia di sostenibilità del turismo. Tale percorso di studio riprende le cinque categorie della metodologia GRI e le integra con l'analisi dei principali sistemi di certificazione delle imprese (molti dei quali dedicati a tematiche ambientali) applicati a livello nazionale ed internazionale.

L'approccio metodologico adottato

Diversi sono gli strumenti a disposizione delle aziende turistiche per certificare il proprio livello di sostenibilità ambientale. Rimanendo comunque nel campo degli accordi volontari, è indispensabile operare una prima netta distinzione tra Sistemi di Gestione Ambientale (SGA) e certificazione di prodotto. Anche se nel settore turistico la differenza non appare sostanziale come nel comparto industriale, in quanto trattandosi di servizi non esiste un vero e proprio

*ISO 14001
e l'EMAS*

processo produttivo, fondamentale rimane la scelta di un'azienda che voglia intraprendere un cammino di costante miglioramento impostando una propria politica ambientale [h]. In particolare si segnalano [i]: **l'ISO 14001 e l'EMAS** che sono sistemi di gestione ambientale (SGA) ovvero strumenti che qualsiasi tipo di azienda o organizzazione può adottare allo scopo di ridurre i propri impatti ambientali. Un sistema di gestione ambientale permette di integrare gli aspetti ambientali nella gestione complessiva dell'azienda e può essere definito come l'insieme delle responsabilità, dei metodi organizzativi e delle procedure che incidono sul miglioramento delle performance ambientali. L'adozione di un sistema di gestione ambientale significa contribuire volontariamente allo sviluppo sostenibile. Sono due gli standard internazionali di riferimento che definiscono i principi e le regole di base di un SGA:

- a) Lo Standard Internazionale ISO 14001, riconosciuto a livello mondiale;
- b) Il Regolamento Europeo n. 761/2001 – EMAS II, operativo a livello Europeo.

Gli obiettivi di ISO 14001 ed EMAS possono essere sintetizzati così:

- Promuovere continui miglioramenti dell'efficienza ambientale attraverso l'implementazione di politiche, programmi e sistemi di gestione appropriati in qualsiasi tipo di organizzazione;
- Intraprendere una valutazione oggettiva, sistematica e periodica dell'efficacia di questi sistemi all'interno dell'organizzazione;
- Comunicare l'impegno dell'organizzazione nei confronti della sostenibilità.

L'Ecolabel: il marchio ufficiale di qualità ecologica europeo

Sempre sul fronte ambientale si segnala **l'Ecolabel**: il marchio ufficiale di qualità ecologica europeo, che segnala ai consumatori i prodotti o i servizi con impatti ambientali minori rispetto agli altri, in quanto rispettano i criteri ecologici stabiliti a livello europeo. Il logo di riconoscimento dell'Ecolabel Europeo è una margherita; essa può essere richiesta dai produttori che intendono dimostrare e comunicare il rispetto dell'ambiente da parte dei propri prodotti o servizi. In tal modo l'Ecolabel persegue l'obiettivo di stimolare la riduzione degli impatti ambientali attraverso la leva del mercato. Il sistema Ecolabel è stato introdotto dal Regolamento n. 880/92; il Regolamento attualmente in vigore è quello revisionato n. 1980/2000. Il Regolamento descrive la gestione del sistema a livello nazionale ed europeo e identifica le procedure per il rilascio dell'Ecolabel Europeo. Specifiche Decisioni Europee relative ai diversi gruppi di prodotti e servizi contengono i criteri ecologici che devono essere rispettati dagli applicanti; i criteri ecologici vengono discussi ed approvati a livello Europeo e sono basati su approfondite verifiche ambientali e tecnologiche. Per quanto riguarda il settore turistico, l'Ecolabel Europeo può essere rilasciato a:

- Servizi ricettivi (Decisione n. 2003/287/EC del Maggio 2003), includendo tutte le tipologie di strutture quali i B&B, le case rurali, alloggi vacanze, ostelli per la gioventù, rifugi di montagna ecc.
- Campeggi (Decisione n. 2005/338/EC dell'Aprile 2005).

VISIT: l'ecolabel per i servizi turistici

In entrambi i casi è stato l'Organismo Competente italiano a promuovere e gestire la definizione dei criteri ecologici.

VISIT è l'ecolabel per i servizi turistici: Il progetto europeo VISIT (Voluntary Initiative for Sustainability in Tourism), supportato dal programma LIFE, è stato realizzato tra il 2001/2004 allo scopo di incentivare lo sviluppo degli ecolabels turistici in Europa e dimostrare come gli ecolabels possono effettivamente promuovere la sostenibilità nell'industria turistica. L'iniziativa VISIT aveva lo scopo di rendere gli schemi di ecolabels esistenti più utili e di facile utilizzo per i turisti, di incrementare la cooperazione e il consolidamento dei programmi di certificazione, di sviluppare iniziative di marketing congiunte, di ridurre i costi e incrementare il loro profilo e la loro fetta di mercato. In particolare VISIT ha creato uno standard comune per gli ecolabels turistici in Europa allo scopo di identificare quelli più esigenti e affidabili, in grado di garantire un alto livello di qualità ambientale dei prodotti turistici nei rispettivi paesi.

[h] Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio, Ministero dell'Economia e delle Finanze- Task Force delle Autorità Ambientali, "Politiche e strumenti per la sostenibilità del settore turistico"; [i] Provincia di Rimini, "Guida alle buone pratiche di Turismo Sostenibile"

L'impegno etico e sociale di un'impresa oltre ad essere testimoniato dal proprio Codice etico e/o Bilancio sociale, può anche essere certificato. Questo standard internazionale di certificazione che riguarda: il rispetto dei diritti umani, il rispetto dei diritti dei lavoratori, la tutela contro lo sfruttamento dei minori, le garanzie di sicurezza e salubrità sul posto di lavoro è denominato **SA 8000**.

SA 8000: la certificazione dell'impegno etico e sociale

2.4—La costruzione di un Quadro Conoscitivo dedicato alle azioni messe in campo dai Tour Operator in materia di sostenibilità del turismo

La progettazione di un sistema di misurazione (anche in un'ottica di monitoraggio nel tempo) delle prestazioni dei Tour Operator in materia di sostenibilità del proprio operato, ha alla base la costruzione di un Quadro Conoscitivo in grado di descrivere lo stato di fatto di partenza.

Si tratta quindi di una fase descrittiva antecedente alla predisposizione, alla rilevazione e alla elaborazione di una griglia metodologica di indicatori finalizzata alla valutazione delle prestazioni dei singoli Operatori. La fase in analisi è infatti propedeutica ad una prima valutazione di ciò che attualmente le singole imprese campionate attuano in materia di sostenibilità del turismo, con l'adozione dell'approccio metodologico descritto nel paragrafo precedente.

Il Quadro informativo risultante dalla non agevole ricognizione dei documenti afferenti ai singoli Tour Operator (in gran parte rilevati direttamente mediante il sito web) evidenzia una eterogenea gamma di azioni che caratterizzano le singole imprese.

Escludendo quella quota numericamente significativa di imprese campionate per le quali non si hanno informazioni, o che attualmente pare non attuino alcuna azione in materia di sostenibilità e concentrando l'attenzione su quelle "attive", si registrano politiche e azioni di intensità e valenza molto diversa a seconda dell'Operatore analizzato.

Con riferimento, infatti, alle cinque categorie di azioni che si rifanno (come tematismi) alla metodologia GRI (Cfr. Par. 3.3) e alla loro integrazione con l'analisi dei principali sistemi di certificazione delle imprese applicati a livello nazionale ed internazionale, si evidenzia, per le imprese campionate, un quadro estremamente eterogeneo. Riprendendo le cinque categorie suddette si evidenziano le seguenti specificità:

Gestione e sviluppo del prodotto turistico: le imprese che attuano politiche/azioni/iniziative/campagne in materia di sostenibilità del turismo puntano a valorizzare, nelle località meta del flusso turistico, le risorse locali (il Gruppo Alpitour World, ad esempio, offre escursioni in grado di valorizzare il patrimonio naturalistico del luogo).

Altre imprese (ad esempio CTS), invece, collegano la tessera di fidelizzazione della clientela a progetti di salvaguardia e di tutela di specifici contesti ambientali.

Alcuni Tour Operator (è ancora il caso di Alpitour World) valutano, inoltre, in alcune realtà, le strutture ricettive in base alla loro eco-compatibilità.

In generale, non sembra, invece, ancora particolarmente diffusa la pratica di valutazione preventiva, propedeutica alla formazione del pacchetto turistico, delle informazioni sulle politiche ambientali adottate nell'area di destinazione. Più spesso ci si basa su un quadro generale di valutazione dello stato ambientale complessivo della destinazione.

Gestione interna: rientrano in questo capitolo di analisi alcune delle principali certificazioni di impresa (ISO14001/ EMAS/ SA8000) e le azioni di formazione dei dipendenti dell'impresa

in materia di sostenibilità (azioni, queste ultime, che sembrano non essere ancora particolarmente diffuse o almeno non pubblicizzate sui rispettivi siti web/cataloghi). Alcuni Operatori redigono bilanci sociali e socio-ambientali (è il caso, per citare un esempio, di Costa Crociere).

Anche aspetti come la stampa dei cataloghi (tematismo non certo trascurabile per un Tour Operator) può essere gestita in un'ottica di sostenibilità, ad esempio è il caso di Eden Viaggi. Vi sono certificazioni che garantiscono che il prodotto cartaceo stampato sia il risultato di un ciclo di lavorazione e di un processo produttivo caratterizzato dalla minimizzazione dell'impatto ambientale.

Le peculiarità della flotta navale, nel caso delle compagnie di navigazione, rivestono un ruolo fondamentale nella determinazione della sostenibilità complessiva dei processi. MSC Crociere, ad esempio, pone particolare attenzione ad aspetti tecnologici quali i sistemi di riciclo dell'acqua potabile, di risparmio energetico, di ottimizzazione dell'aria condizionata.

Realtà aziendali come Costa Crociere, in materia di certificazioni volontarie, sono in possesso del sistema B.E.S.T. 4 (Business Excellence Sustainable Task) che attesta i migliori standard internazionali in materia di responsabilità sociale normativa (SA8000), di protezione dell'ambiente (UNI EN ISO 14001), di salute e di sicurezza del luogo di lavoro (OHSAS 18001) e di qualità (UNI EN ISO 9001).

Gestione della catena dei fornitori: Le caratteristiche dei fornitori sono ovviamente fondamentali nella determinazione del livello di sostenibilità complessiva del processo che porta alla composizione dell'offerta turistica. Alpitour world, ad esempio, attua iniziative congiunte con i propri fornitori in materia di sostenibilità del turismo. Non sempre, però, i Tour Operator sembrano valutare come strategici, nella scelta dei fornitori, il fatto che essi siano in possesso di registrazioni/certificazioni (ISO14001/ EMAS/ SA8000) o di marchi (come ECOLABEL/ VISIT).

Rapporti con il cliente: Risulta diffusa l'idea che l'adozione di politiche/azioni/iniziative/campagne in materia di sostenibilità del turismo, possa rappresentare un vantaggio competitivo rispetto alla concorrenza. Questo porta ad un impegno delle Imprese in azioni di sensibilizzazione verso la clientela che, del resto, è sempre maggiormente informata, con un interesse crescente verso gli aspetti qualitativi (anche certificati) dei prodotti turistici.

Relazione e cooperazione con la destinazione: Risultano diffuse le azioni di sensibilizzazione e di sostegno del consumo di prodotti locali. Sempre più spesso le imprese, tramite i propri codici etici e di comportamento, o tramite la partecipazione ad iniziative e campagne ad hoc, tutelano e aiutano (anche con progetti specifici dedicati a particolari fasce di età) le popolazioni delle mete di destinazione dei flussi turistici (o di altre aree del mondo).

La misurazione dell'operato dei Tour Operator, anche se basilare, **rappresenta un tassello di un più ampio quadro di valutazione della sostenibilità del turismo.** In tale ottica devono rientrare e diventare oggetto di analisi le azioni e le caratteristiche di tutti gli attori principali che concorrono a determinare il prodotto turistico. **Devono, quindi, diventare temi di studio sia la gamma di indicatori socio-economici ed ambientali descrittivi della località meta del flusso turistico (comprese le caratteristiche del sistema ricettivo), sia gli indicatori inerenti alle azioni delle comunità locali in materia di sostenibilità.**

Un tale livello di completezza di analisi rappresenta un obiettivo importante per il futuro, raggiungibile per passi successivi. Nel breve periodo sarebbe fondamentale strutturare (e riuscire a rilevare in un'ottica di monitoraggio periodico) una griglia di indicatori essenziali e condivisi, dedicata ai Tour Operator.



Bibliografia

- Agenzia Regionale Protezione Ambientale del Lazio, "Turismo sostenibile e turismo responsabile"
- A.A.V.V., L'iniziativa Visit, "Marchi ambientali nel turismo europeo – verso una maggiore sostenibilità del mercato", anno 2004
- Bollini Gabriele, Savini Simona, Assessorato Ambiente, Provincia di Bologna, Rivista ARPA "Come integrare le diverse dimensioni dello sviluppo?", Bologna, marzo 2004.
- Ciancarella Luisella, Enea - Ente per le nuove tecnologie, l'energia e l'ambiente. Rivista ARPA "Il versante economico e sociale: un approccio metodologico alla selezione di indicatori", marzo 2004.
- Comune di Monza, "Il dibattito sulla qualità della vita", Monza, agosto 2004
- EBNT - Ente Bilaterale Nazionale del Turismo, "La condizione lavorativa nel settore del Turismo", anno 2009
- EBNT, Federalberghi, Fipe—Confcommercio, "Osservatorio sul mercato del lavoro nel turismo", anno 2007
- EBNT, Federalberghi, "Mercato del lavoro nel settore turismo", anno 2006
- ENEA – Ente per le nuove tecnologie, l'energia e l'ambiente, Serie Ambiente, "Tour Operator, ambiente e sviluppo sostenibile", anno 2001
- Gruppo di coordinamento Agenda 21 "Terre di Siena" "Turismo Sostenibile: principi di base e possibili strategie per le Pubbliche Amministrazioni"
- Istat, "Viaggi e vacanze in Italia e all'estero", 2009
- Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio, Ministero dell'Economia e delle Finanze- Task Force delle Autorità Ambientali, "Politiche e strumenti per la sostenibilità del settore turistico"
- R. Giacomozzi "Gestione delle problematiche ambientali all'interno dell'impresa: lo sviluppo sostenibile"
- Pietro Greco "La scienza economica applicata all'uomo, che cos'è il benessere delle nazioni", articolo pubblicato su "Tempo Medico" (n. 611 dell'11 novembre 1998)
- Sebastiano Maffetton "Il nobel per l'economia 1998: Sen, filosofo della qualità della vita", articolo pubblicato su "Il sole 24 ore" del 18 Ottobre 1998
- Provincia di Taranto "Le dimensioni della sostenibilità"
- Provincia di Rimini, "Guida alle buone pratiche di Turismo Sostenibile"
- Provincia di Rimini, Regione Emilia Romagna, "Atti della Seconda Conferenza Internazionale sul Turismo Sostenibile", novembre 2008
- Provincia di Modena, "La valutazione della sostenibilità per la provincia di Modena. Indicatori sociali, economici ed ambientali di qualità della vita", Modena, 2008
- A. K. SEN, La disuguaglianza, ed. Il Mulino, Bologna 1994 di Renato Fagotto (Fondazione "Stefanini")
- Sen A, Lo sviluppo e libertà, 2000.
- Sesta conferenza nazionale di statistica, Roma 6-8 Novembre 2002
- TOI, Atti della Conferenza Internazionale sul Turismo Sostenibile, Rimini 298 – 30 giugno 2001
- Tour Operators' Initiative for Sustainable Tourism Development, "Sustainable tourism: the Tour Operators' Contribution", 2003
- Touring Club Italiano, "Annuario del turismo e della cultura italiano", anno 2009
- Touring Club Italiano, Direzione Studi e Ricerche del TCI in collaborazione con CONAI, "Sviluppo sostenibile e competitività del settore turistico", anno 2005
- Vitali Omello, Italia Oggi, "Rapporto 2000 sulla qualità della vita in Italia", Gennaio 2001.
- Vitali Omello, Università di Roma La Sapienza, "Qualità della vita e sviluppo sostenibile", Roma, sesta Conferenza nazionale di Statistica, novembre 2002.
- World Economic Forum, "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009"
- WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL, "Travel & Tourism Economic Impact"

