

La ripresa turistica in Italia: quale futuro dopo l'estate?



Key Messages

Il presente documento è stato coordinato da Andrea Montanino e Simona Camerano e predisposto da: Alberto Carriero, Alberto Guidi e Federica Oliva. I dati riportati si riferiscono alle informazioni disponibili al 15 settembre 2023. Le opinioni espresse e le conclusioni sono attribuibili esclusivamente agli autori e non impegnano in alcun modo la responsabilità di CDP.

- Un primo bilancio sulla **stagione estiva** appena conclusa **evidenzia una performance del comparto turistico a due velocità**: boom di arrivi di turisti stranieri, ma dati sotto le attese per la componente domestica.
- La **ragione è principalmente di carattere economico**, con molti turisti italiani che hanno preferito mete estere meno costose.
- Di conseguenza, sono sempre più i visitatori stranieri a **trainare** la stagione turistica estiva.
- Per continuare ad attrarre questi flussi esteri, il comparto italiano è chiamato a rispondere a **tre trend globali**:
 - i. il turista del prossimo decennio **provverrà soprattutto dall'Asia e cercherà più esperienze, meglio se di lusso**;
 - ii. **l'intera vacanza sarà ancor più sostenibile e digitalizzata**, spingendo gli operatori a competere su servizi green e su offerte sempre più personalizzate grazie all'analisi dei dati digitali creati dal turista nella sua esperienza di viaggio.
 - iii. le **preferenze in termini di destinazioni evolveranno verso mete ad oggi meno popolari**, con un potenziale ribilanciamento tra Nord e Sud Europa, il cui clima subirà in misura crescente gli impatti del riscaldamento globale.
- Seppure l'Italia possa contare su **un'attrattività con pochi pari nel mondo**, rispetto ai trend individuati presenta alcune carenze:
 - i. la **frammentazione dell'offerta turistica nazionale**, contraddistinta da una minor penetrazione di alberghi di lusso e catene alberghiere rispetto alla media europea, rappresenta un **ostacolo a una maggiore capacità di ricezione dei flussi di turisti**, previsti in aumento;
 - ii. **il settore fatica a formare profili allineati ai nuovi trend** di crescita del turismo esperienziale e sostenibile, e a **proporre i percorsi di reskilling** necessari per adeguare il comparto alle richieste della transizione digitale;
 - iii. **il turismo italiano è il più esposto alla crisi climatica a livello europeo**, complice una concentrazione della metà dei pernottamenti annuali nel periodo estivo e di un quarto in solo tre province.
- Alla luce dei trend e delle relative criticità, sono auspicabili **un mix di interventi per indirizzare il comparto verso**:
 - i. una **crescente industrializzazione** dei suoi operatori grazie a un maggior ricorso al capitale di rischio e a modelli di gestione alberghiera più flessibili;
 - ii. una **riduzione del divario tra domanda e offerta di lavoro** anche attraverso un miglioramento dei programmi di formazione;
 - iii. una **valorizzazione di mete e tipologie turistiche secondarie** tramite una loro più efficace brandizzazione e promozione online.

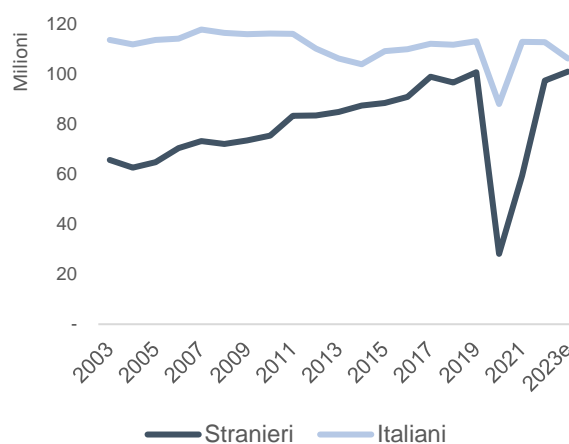


1. Come è andata la stagione turistica estiva 2023?

- ▶ Con un **contributo** diretto, indiretto e indotto di circa **200 miliardi di euro**¹ (pari al 10% del PIL nazionale) e **impiegando 2,7 milioni di persone** (11% del totale occupati), il turismo è uno dei **settori chiave dell'economia nazionale**.
- ▶ Una filiera strategica anche per la **proiezione internazionale** dell'Italia: la **spesa di turisti stranieri** nel Paese – **44 miliardi di euro nel 2022**² – rappresenta la **prima voce dell'export italiano di servizi**, con una quota del 38% del totale.
- ▶ Le prime analisi dei flussi sulla **stagione estiva** appena conclusa **evidenziano però una performance del comparto caratterizzata da luci e ombre**:
 1. da un lato si stimano oltre 100 milioni di presenze di **turisti stranieri** – numero di pernottamenti negli esercizi ricettivi – tra giugno e agosto: un probabile **nuovo record per il comparto nazionale**;
 2. dall'altro, le presenze di **turisti italiani** restano inferiori ai valori pre-Covid, e **risulterebbero in calo rispetto al 2022**³.
- ▶ Sono quindi **sempre più i turisti stranieri**, in particolare americani, **a trainare la stagione estiva**.
- ▶ **Questa tendenza è in corso da almeno due decenni**: dal 2003 le presenze estive di stranieri sono cresciute del +54% a fronte di un calo del -7% in quelle di italiani.
- ▶ Una crescita verso l'alto della componente estera che quindi **compensa, in misura sempre maggiore**, la spinta verso il basso di quella domestica (grafico 1).

¹ Si considerano le aziende del comparto turistico italiano in senso stretto: attività di alberghi, società d'intermediazione turistica, compagnie aeree e aziende ristorative o ricreative che trattano direttamente con i turisti. Una definizione del perimetro del comparto meno restrittiva porta il contributo del settore al PIL nazionale fino al 13%.

Graf. 1 – Presenze di turisti tra giugno e agosto
(in milioni, 2003- 2023e)



Fonte: elaborazione CDP su dati ISTAT e Assoturismo – Confesercenti

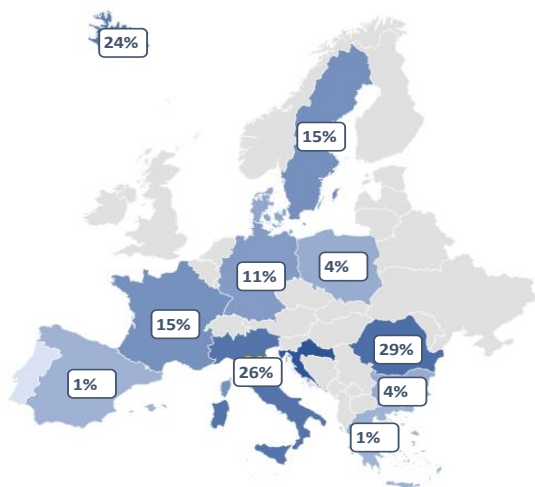
- ▶ **La ragione sembra essere principalmente di carattere economico**: di fronte alla contrazione del potere d'acquisto, i turisti italiani avrebbero preferito destinazioni estere meno costose o ridotto i giorni di vacanza.
- ▶ Nel 2023, infatti, il tasso di variazione annuo dei **prezzi nel turismo** è stato di più di **3 punti percentuali superiore al tasso di inflazione**⁴.
- ▶ Il **rincaro, maggiore rispetto a quello dei principali peer**, ha riguardato tutte le voci del paniere turistico ed è stato particolarmente accentuato per il **trasporto aereo domestico** (grafico 2).

² Dati Banca D'Italia, 2022.

³ -5% secondo l'indagine Assoturismo – Confesercenti, 2023.

⁴ Stime Demoskopica 2023, "Turismo. Caro estate, stangata da 3,9 miliardi".

Graf. 2 – Variazione dell'indice dei prezzi dei voli domestici, (luglio 2023, a/a)



Fonte: elaborazione CDP su dati Eurostat

- ▶ Si è così acuita una differenza di prezzo con destinazioni low-cost, quali ad esempio l'Albania, dove una giornata presso uno stabilimento balneare costa mediamente

meno della metà che in Italia⁵.

- ▶ Ancora più ampia è la differenza per le strutture ricettive: sette notti in una doppia in una delle principali località di mare albanesi, dal 21 al 28 agosto, avevano un costo minimo di 175 euro⁶. Tre volte meno che il soggiorno più economico nella stessa settimana in una destinazione marittima italiana con caratteristiche analoghe.
- ▶ Non a caso, il numero di turisti italiani che ha scelto l'Albania a giugno è raddoppiato rispetto all'anno precedente, segnalando l'accelerazione di un trend visibile da circa un decennio⁷.
- ▶ Alla luce di questa crescente preferenza tra i viaggiatori italiani di mete estere limitrofe e low-cost, per preservare la sua competitività e l'elevata incidenza sull'economia nazionale, il comparto italiano è chiamato a diventare sempre più attrattivo per i turisti stranieri, adeguandosi a tre trend globali.

2. Quali saranno i trend di sviluppo del turismo globale?

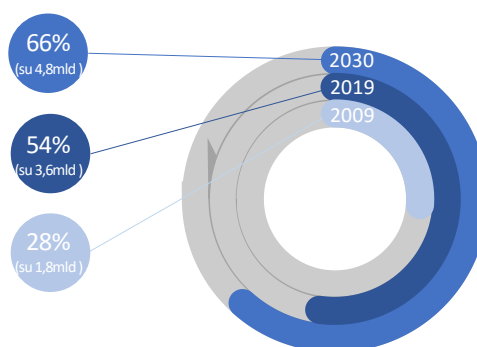
- ▶ Il turista del prossimo decennio sarà più digitale e sostenibile, proverrà soprattutto dall'Asia e preferirà climi meno torridi di quelli mediterranei.
- ▶ Questo è l'identikit che emerge da tre dei principali trend individuati nel turismo mondiale:

1 Sempre più turisti in cerca di esperienze

- ▶ Il numero di turisti internazionali nel mondo è stimato raddoppiare entro il 2033⁸.
- ▶ Questa crescita sarà trainata da due fattori:
 1. l'aumento – seppur più lento rispetto al decennio precedente⁹ – della classe media globale, concentrato nei Paesi

asiatici, con Cina e India in testa (grafico 3);

Graf. 3 – Peso % della classe media asiatica sul totale globale



Fonte: elaborazione CDP su dati Commissione europea

⁵ Secondo l'indagine Consumerismo No Profit, un ombrellone e due sdraio per una giornata in uno stabilimento balneare in Italia costano mediamente il 162% in più rispetto all'Albania.

⁶ Dati indagine Consumerismo No Profit, 2023.

⁷ Dati Instat, gli arrivi dall'Italia verso l'Albania tra il 2009 e il 2019 sono cresciuti a un tasso medio annuo del 15%.

⁸ Elaborazione Cdp su dati UNWTO, proiezione sulla base del tasso di crescita 2009-2019.

⁹ Dati Commissione europea, Competence Centre on Foresight, e OECD, "The Emerging Middle Class in Developing Countries", 2010.

2. **la maggior propensione al viaggio della Gen Z**, i nati tra il 1997 e il 2012, che rappresentano la **fascia generazionale più numerosa** al mondo.

- ▶ Ma oltre alle dimensioni stanno cambiando anche le **preferenze** dei turisti, più orientati alla ricerca di **attività, meglio se uniche e di lusso**.
- ▶ Giunti a destinazione **spendono più per l'acquisto di esperienze¹⁰ che in beni**. E scelgono in misura crescente quelle di lusso: **il luxury travel è infatti il segmento con il più alto tasso di crescita al 2032¹¹**.

2 Green e big data come fattori competitivi

- ▶ L'intera vacanza è sempre più digitalizzata e sostenibile. Una tendenza accelerata dalla pandemia:
 - rispetto al 2019 è **raddoppiato l'utilizzo di chatbot¹²** nella prenotazione online di mezzi di trasporto e alloggi, che per **quasi otto viaggiatori su dieci¹³** sono scelti in **base alla loro sostenibilità**;
 - è inoltre **triplicata¹⁴ la quota di turisti che, rientrati dalle vacanze, acquistano online** prodotti legati alle località visitate.
- ▶ Questi comportamenti di acquisto stanno **cambiando i fattori competitivi** per il sistema turistico e i singoli operatori, secondo due direzioni:
 - da un lato, **visto che la sostenibilità è un elemento chiave di scelta**, efficientare le strutture ricettive e promuovere i servizi green, **diventa una priorità**;
 - dall'altro, alla luce dell'aumento esponenziale della quantità di dati creati dal singolo turista, **risulta necessario disporre e sapere utilizzare al meglio tali informazioni**, per ottenere una profilazione

¹⁰ La voce "Esperienze" comprende la spesa dei turisti in ristoranti, parchi di divertimento, casinò, discoteche, bar, eventi ed attività.

¹¹ 15% di CAGR al 2032, dati Global Market Insights, 2022.

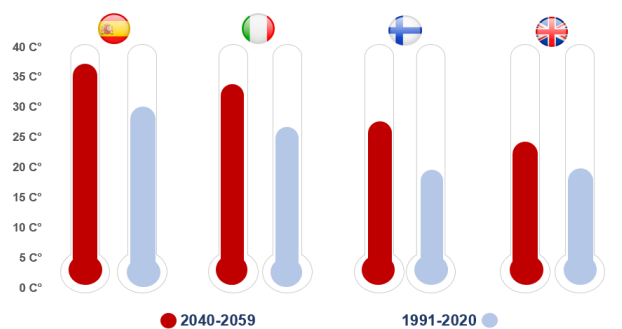
¹² Una chatbot è un software che simula ed elabora le conversazioni umane (scritte o parlate), consentendo agli utenti di interagire con i

altamente accurata **su cui impostare proposte di viaggio più tailor-made e competitive**.

3 Nuove traiettorie dei flussi turistici per la crisi climatica

- ▶ Oltre a dimensioni e caratteristiche dei flussi turistici, anche le **preferenze in termini di destinazioni sono in evoluzione**.
- ▶ Gli effetti indiretti **del riscaldamento globale** possono infatti potenzialmente **cambiare i connotati di un'offerta turistica nazionale**.
- ▶ Si pensi ad esempio al **fenomeno dell'erosione costiera** in alcune delle spiagge più rinomate, al **rischio inondazioni per molte isole** e alla **diminuzione della quantità di neve** nelle principali destinazioni sciistiche.
- ▶ L'aumento delle temperature **potrebbe far inoltre perdere di attrattività il clima mediterraneo** a favore di quello dell'Europa settentrionale: la media delle massime estive in Finlandia potrebbe diventare simile a quella degli ultimi decenni in Italia (grafico 4).

Graf. 4 – Media temperature massime giugno-agosto, in uno scenario climatico intermedio*, Sud vs. Nord Europa



*: scenario SSP2-4.5: le emissioni di CO2 diminuiranno solo dal 2050, quando dovrebbero essere già tendenti allo 0 per raggiungere gli obiettivi dell'accordo di Parigi.
Fonte: elaborazione CDP su dati Banca Mondiale

dispositivi digitali come se stessero comunicando con una persona reale.

¹³ 76%, dati Booking.com, Sustainable Travel Report 2023.

¹⁴ Osservatorio Travel Innovation, 2022.

- ▶ **Ne risulta un potenziale ribilanciamento dei flussi turistici tra Nord e Sud Europa**, tanto più intenso quanto più aumenterà la temperatura media globale.
- ▶ Tali previsioni si riferiscono a un futuro non prossimo, ma **si registrano già alcuni segnali in questa direzione**¹⁵.

3. Quali sono le criticità da affrontare per il turismo nazionale?

- ▶ Seppure l'Italia possa contare su **un'attrattività con pochi pari nel mondo**, rispetto a ciascuno dei trend individuati presenta delle carenze.
- ▶ Dalla **frammentazione dell'offerta ricettiva**, alle difficoltà ad aggiornare le **competenze** di nuovi e vecchi operatori, passando per lo storico problema dell'**overtourism**.

1 Limiti dell'offerta ricettiva nazionale

- ▶ L'aumento dei flussi turistici globali previsto in questo decennio potrebbe valere per l'Italia fino a circa 30 milioni di arrivi in più¹⁶.
- ▶ I grandi eventi dei prossimi anni come il **Giubileo del 2025, le Olimpiadi 2026 di Milano Cortina, e l'eventuale Expo 2030 a Roma** saranno i principali catalizzatori.
- ▶ **Non è però l'attrattività che manca all'Italia, Paese più desiderato da alcuni dei segmenti di turisti ad alta crescita** come i luxury travellers o i turisti cinesi¹⁷.
- ▶ A queste manifestazioni di interesse non seguono tuttavia altrettanti flussi di visitatori, soprattutto **per alcuni deficit dell'offerta ricettiva nazionale**, a partire dalla limitata diffusione degli hotel da 4 o più stelle.
- ▶ Negli ultimi 20 anni il numero di camere in queste strutture è raddoppiato, ma la loro quota **sul totale degli alberghi in Italia è ancora distante dalla media europea**.
- ▶ **Non conta solo la qualità, ma anche la**

dimensione degli hotel. Strutture da centinaia di camere rappresentano infatti un **asset necessario per attrarre i crescenti flussi di turisti asiatici**, che **tradizionalmente si muovono in grandi masse e prediligono le catene alberghiere**.

- ▶ La percentuale italiana di alberghi con 100 o più camere, seppur in aumento, **resta un terzo rispetto a quella della Spagna**¹⁸.
- ▶ **Discorso analogo vale per le catene alberghiere.** Dal 2013, più di 100 nuove catene sono entrate nel mercato italiano¹⁹. La loro **penetrazione rimane però molto distante rispetto ai peer**.
- ▶ A differenza dei principali competitor **mancano inoltre catene nazionali di rilevanza mondiale.** La francese Accor, direttamente o indirettamente, gestisce più di 5mila hotel. Il gruppo UNA, la principale catena italiana, meno di 50.
- ▶ Una **minor frammentazione** dell'offerta ricettiva italiana e la **creazione di campioni nazionali** favorirebbero quindi una maggiore capacità di attrazione dei flussi turistici stranieri.

2 Carezza di profili professionali per la twin transition

- ▶ Il turismo italiano vanta un punto di forza – poco comunicato – sulla sostenibilità: è **tra i cinque meno inquinanti nella UE** in rapporto al valore aggiunto prodotto²⁰.
- ▶ **Il merito è anche degli alberghi nazionali**

¹⁵ Secondo i dati dell'European Travel Commission, il caldo record di quest'estate 2023 avrebbe contribuito a un calo del 10% nel numero di persone intenzionate a viaggiare nell'area del Mediterraneo in estate e in autunno rispetto all'anno scorso.

¹⁶ Elaborazione CdP su dati UNWTO, proiezione sulla base dei tassi di crescita negli ultimi 20 anni.

¹⁷ Dati tourism review, 2023.

¹⁸ Dati Eurostat, 2022.

¹⁹ Presentazione Pambianco, "Il ruolo dell'Italia nel nuovo turismo mondiale", 2023.

²⁰ EU Tourism Dashboard, 2023.

che nonostante la loro vetustà - un quinto ha più di 100 anni – presentano un'incidenza delle rinnovabili sul consumo energetico totale **superiore alla media degli edifici ad uso non abitativo.**

- ▶ Il gap italiano rispetto al trend della twin transition, **più che la dotazione infrastrutturale, riguarda il capitale umano.**
- ▶ A fronte della crescita del turismo esperienziale e sostenibile, **aumenta la domanda per nuove figure professionali** come il **travel designer o l'eco tour guide.**
- ▶ **Profili difficilmente reperibili** in un settore già contraddistinto da difficoltà a trovare lavoratori²¹ e ad attrarre nuovi studenti.
- ▶ Negli ultimi sei anni le iscrizioni alle **scuole alberghiere** si sono quasi dimezzate e sono meno di **1.000 gli studenti che frequentano uno dei 14 Istituti Tecnici Superiori per il Turismo.**
- ▶ Numeri che scontano l'**elevata diffusione di precariato e irregolarità nel settore:**
 - gli stagionali e i contratti a tempo determinato rappresentano il 41% dei lavoratori del turismo: **due volte la percentuale nel resto dell'economia**²²;
 - il comparto dell'accoglienza e ristorazione detiene il primato nazionale per **maggior quota di imprese trovate irregolari** dall'Ispettorato del Lavoro²³.
- ▶ Le criticità non si evidenziano solo nella formazione degli studenti, ma anche nei successivi **percorsi di reskilling e upskilling**, soprattutto nell'ambito digitale, rallentando così lo sviluppo della data economy del turismo.
- ▶ Ad esempio, la **quota di imprese turistiche che forniscono ai loro dipendenti**

programmi di formazione sull'ICT è al di sotto della media UE, e pari alla **metà rispetto a quella della Spagna**²⁴.

3 Elevata concentrazione in estate e in località esposte al cambiamento climatico

- ▶ L'Italia è storicamente afflitta dal problema dell'overtourism, inteso come **eccessiva concentrazione** dei flussi turistici **in un limitato periodo dell'anno** e in **poche destinazioni:**
 - la **metà delle presenze di turisti in Italia si registrano tra giugno e agosto**²⁵: nell'UE solo Croazia, Bulgaria e Grecia hanno percentuali più alte;
 - **le tre città metropolitane/province più visitate** – Roma, Venezia e Bolzano – **complessivamente contano un quarto di tutte le presenze nazionali**, più di tutte le regioni del Mezzogiorno considerate assieme.
- ▶ **Il problema è comune ai peer europei.** Solo la Grecia ha però una combinazione di concentrazione geografica e temporale delle presenze turistiche più marcata di quella italiana.
- ▶ In virtù dell'elevata affluenza di turisti nella stagione estiva che diventerà sempre più calda, e in pochi centri urbani inclusa Venezia - per cui l'Unesco ha raccomandato l'iscrizione nell'elenco dei Patrimoni dell'Umanità in pericolo – **l'Italia è il Paese europeo più esposto a una eventuale rimodulazione dei flussi turistici** legata al riscaldamento globale, con connessi impatti sulle entrate turistiche (grafico 5).

²¹ Secondo un'indagine Assoturismo Confesercenti del maggio 2023, il 34% degli operatori intervistati rilevava difficoltà di reperimento delle figure professionali.

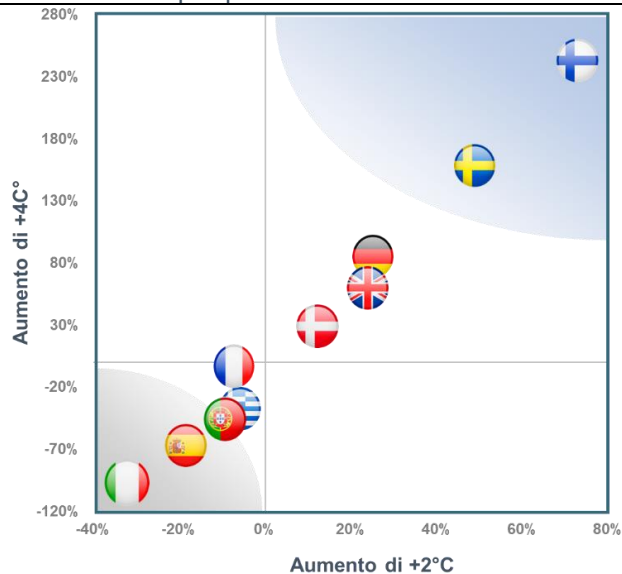
²² Il lavoro nel turismo italiano attraverso l'era covid, CGIL, 2023.

²³ Irregolarità per quanto riguarda il rispetto degli orari di lavoro, dell'applicazione del contratto collettivo, della contribuzione, e delle norme di sicurezza.

²⁴ EU Tourism Dashboard, 2022.

²⁵ Dati Eurostat, 2022.

Graf. 5 – Stima impatti aumento temperatura media globale su entrate turistiche al 2050 – variazione* della spesa turistica in % della spesa dei turisti stranieri pre-pandemia in ciascun Paese.



*: la variazione è calcolata rispetto alla stima del valore della spesa turistica nel 2050 in uno scenario senza impatti del cambiamento climatico.
Fonte: dati Environment Agency Austria

- ▶ In particolare, in uno scenario di **+2°C**, la **spesa dei turisti in Italia nel 2050** è stimata ridursi di **17 miliardi di euro**: una cifra che equivale al 35% della spesa dei turisti stranieri nel nostro Paese nel 2019.
- ▶ **In caso di un aumento da +4°C²⁶**, la perdita salirebbe a **52 miliardi di euro**, più di quanto i turisti stranieri in Italia abbiano speso pre-pandemia o nel 2022.

4. Quali azioni intraprendere per rimanere competitivi?

- ▶ Alla luce dei trend e delle relative criticità individuate, sono auspicabili **un mix di interventi** per indirizzare il comparto turistico nazionale **verso un futuro più sostenibile e competitivo**.
- ▶ **Dall'industrializzazione dell'offerta ricettiva**, al miglioramento dei **programmi di formazione** passando per la **valorizzazione delle mete secondarie**.

1 Regolamentazione degli affitti brevi e sostegno all'industrializzazione del settore

- ▶ **Per superare il tradizionale limite della frammentazione** del comparto turistico italiano, si potrebbe agire su un duplice binario normativo tramite:
 - **introduzione di una regolamentazione degli affitti brevi**, il cui disegno di legge dovrebbe a breve essere presentato in

Parlamento. Tra le misure proposte la durata minima di notti a soggiorno, e l'obbligo di esporre il Codice identificativo nazionale dell'immobile²⁷, che già adottate dalle principali capitali europee, **hanno diminuito** fino a un terzo il numero totale di **annunci su piattaforme online**;

- **ridefinizione del perimetro di destinazione del gettito dell'imposta comunale di soggiorno** al fine di centrarla sul sostegno al comparto turistico per cui era stata originariamente creata.
- ▶ **Allo stesso tempo il modello della gestione familiare**, dominante nell'offerta ricettiva nazionale, è **chiamato a un salto di qualità** sul piano finanziario e gestionale attraverso:
 - **rafforzamento in termini di equity** delle

²⁶ "Background report to the IA Part I Problem definition, policy context and assessment of policy options", McCallum et al, 2013.

²⁷ Il Cin sarà assegnato a tutti gli immobili ad uso abitativo oggetto di locazione per finalità turistiche che saranno così tracciati nella banca dati nazionale.

imprese alberghiere²⁸ per creare campioni nazionali sulla scia di quanto in atto con il nuovo Fondo Nazionale del Turismo²⁹ per la valorizzazione degli asset alberghieri;

- **diffusione di modelli contrattuali “flessibili” come il management contract³⁰** che, separando la proprietà immobiliare dalla sua gestione, favoriscono gli investimenti nel comparto alberghiero e l’entrata di capitali stranieri;
- ▶ In generale, una maggiore consapevolezza degli operatori nazionali di far parte di un **vero e proprio sistema industriale**, che opera con logiche imprenditoriali, dovrebbe essere l’obiettivo a cui tendere.

2 Miglioramento dell’offerta formativa e della comunicazione sulla twin transition

- ▶ La stabilizzazione dei lavoratori del turismo sarebbe uno dei primi campi di intervento per **ridurre il gap tra domanda e offerta** di lavoro e **incentivare i percorsi formativi nel settore**.
- ▶ Per attrarre più studenti è altrettanto importante ampliare il numero di scuole di alta **formazione turistica in Italia** e promuovere il posizionamento nei ranking internazionali dell’unica oggi esistente – **la Scuola Italiana di Ospitalità³¹** – attualmente fuori dalle top 50³².
- ▶ L’esempio da seguire è quello delle **scuole francesi e soprattutto svizzere**, che dominano le classifiche globali, grazie a percorsi educativi in stretta collaborazione con le grandi catene alberghiere e player nazionali.
- ▶ **Oltre che dalla formazione**, il posizionamento del turismo italiano sui temi

della twin transition dipende da **una migliore comunicazione dei suoi primati in termini di sostenibilità** - tra cui il terzo posto nella UE per bandiere blu³³.

- ▶ La comunicazione delle caratteristiche di sostenibilità può essere accelerata da canali digitali, a partire dall’integrazione nel **Digital Tourism Hub** nazionale (Italia.it) di una **sezione sul turismo sostenibile** fino alla creazione di un **portale dedicato**.

3 Valorizzazione di destinazioni e tipologie di turismo secondarie

- ▶ **Destagionalizzazione e promozione delle destinazioni secondarie** sono le due alternative strategiche per rispondere all’overtourism e limitare gli impatti del cambiamento climatico.
- ▶ Nei prossimi decenni **si accentuerà l’erosione costiera** che negli ultimi 50 anni ha mediamente ridotto di 23 metri la profondità delle spiagge italiane³⁴.
- ▶ Un aumento di 1°C della temperatura media globale al 2050 sarebbe poi **sufficiente a spostare verso i 2000 metri l’altitudine minima** che garantisce spessore sufficiente del manto nevoso per poter sciare in Italia. **Tutte le stazioni sciistiche del Friuli-Venezia Giulia** e un terzo di quelle di Veneto, Lombardia e Trentino rischierebbero la chiusura³⁵.
- ▶ Alla luce di tali fenomeni, sarà **importante valorizzare forme di turismo meno stagionali** come il cicloturismo, il turismo montano non sciistico, quello termale ed enogastronomico.

²⁸ Nel 2022 il valore delle transazioni alberghiere in Italia ha rappresentato il 7% del totale europeo vs 17% della Spagna e 12% della Francia. HVS, 2022 European Hotel Transactions.

²⁹ CdP già dal 2016 investe nel rilancio delle strutture alberghiere, con il Fondo Investimenti per il Turismo, e dal 2020 con il nuovo Fondo Nazionale del Turismo.

³⁰ In Italia, la quota del Management Contract sul totale dei modelli gestionali rimane la metà rispetto al resto d’Europa. Dati Horwath HTL Hotels, 2022.

³¹ Nata nel 2020 dalla partnership tra CdP, TH Resort e Università Ca’ Foscari.

³² QS World University Rankings, categoria Hospitality Leisure Management.

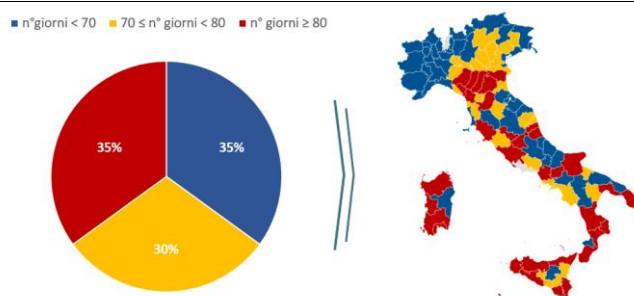
³³ Riconoscimento conferito alle località costiere europee che soddisfano criteri di qualità relativi a parametri delle acque di balneazione e al servizio offerto.

³⁴ Dati Legambiente, 2020.

³⁵ Banca D’Italia, 2022, “Climate change and winter tourism: evidence from Italy”.

- ▶ Si tratta di una parte dell’offerta turistica italiana oggi ancora **poco sviluppata³⁶**, ma **caratterizzata da diversi primati** e da **rilevanti ricadute economiche**:
 - l’Italia, ad esempio, si posiziona in Europa solo dietro a Francia e Germania per numero di centri Spa;
 - ogni presenza aggiuntiva di un **turista montano** si traduce in un **valore aggiunto del 10% superiore a quello del turista balneare**. Differenziale che sale al 18% per il turista enogastronomico.
- ▶ Parallelamente bisogna rafforzare l’attrattività delle **destinazioni secondarie**, soprattutto di quei **comuni dove più raramente si registrano alte temperature**, che oggi contano per poco più di un terzo degli arrivi nazionali (grafico 6).

Graf. 6 – % degli arrivi nazionali nei comuni italiani distinti per numero medio* di giorni l’anno con temperature oltre 30°C*



*: Media annua calcolata sul periodo 2011-2021.
Fonte: elaborazione CDP su dati Istat e 3B

- ▶ L’azione di promozione sarà tanto più efficace **quanto più ogni destinazione sarà associata a un brand riconoscibile**.
- ▶ Non a caso, la ripresa post pandemia dei flussi turistici nei 354 borghi appartenenti alla categoria dei **“Borghi più belli d’Italia”** è stata **più rapida della media nazionale**.

- ▶ Risulta quindi **necessario ridare slancio alla creazione di circuiti nazionali di eccellenza**: itinerari tematici interregionali, già previsti dal legislatore più di dieci anni fa³⁷.
- ▶ Tutto ciò non può prescindere da un adeguato sviluppo **della logistica, per colmare gap evidenti soprattutto nel Sud Italia** nel trasporto ferroviario³⁸ e su strada.
- ▶ Lo **sviluppo infrastrutturale dovrà coinvolgere anche la rete ciclabile nazionale**. L’Italia è la destinazione più ricercata dai turisti sul sito di Eurovelo – la rete cicloturistica europea – ma tra le ultime per percentuale di completamento degli itinerari relativi a questo network³⁹.
- ▶ Infine, un importante ruolo nella diversificazione dei flussi turistici è affidato nuovamente al **Digital Tourism Hub** italiano, che grazie all’elevata profilazione resa possibile dall’analisi dei dati sul turismo, opererà come portale di **viaggi sempre più tailor-made**.
- ▶ Il pieno funzionamento di questi processi è però **legato alla puntuale integrazione di nuove funzionalità e contenuti in Italia.it**, già presenti nei corrispettivi portali di alcuni peer:
 - aumentare le **lingue disponibili dalle 3 attuali alle 10 in media offerte dagli Hub** delle principali mete turistiche europee⁴⁰;
 - aggiungere la **possibilità di prenotare l’intera esperienza turistica direttamente dal Tourism Hub**.

³⁶ Ciascuna di queste forme di turismo conta meno del 5% delle presenze nazionali, dati ISTAT 2019 e Legambiente.

³⁷ Decreto legislativo 23/5/2011 n. 79 - Articolo 22.

³⁸ Technical Note, Trenitalia, “Infrastrutture e capitale territoriale”, 2022.

³⁹ EuroVelo Route Status Report, 2022.

⁴⁰ Si sono considerate le prime sette mete europee per numero di presenze, e la Svizzera in quanto benchmark di riferimento.