



I nuovi scenari economici di fronte alla sfida del Covid-19

La filiera turistica in Italia e nel Mezzogiorno: esperienze sul territorio

Salvio CAPASSO
Responsabile Servizio Imprese e Territorio
SRM - Centro Studi collegato al Gruppo Intesa Sanpaolo
Economista GEI

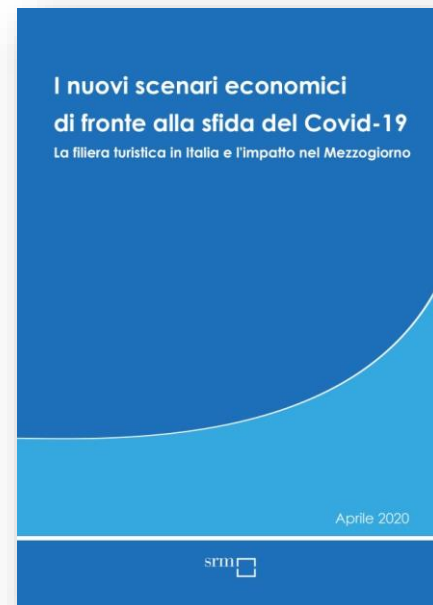
Un lavoro di ricerca «in divenire» ed in stretto contatto con gli operatori sul territorio

Condivisione ed analisi

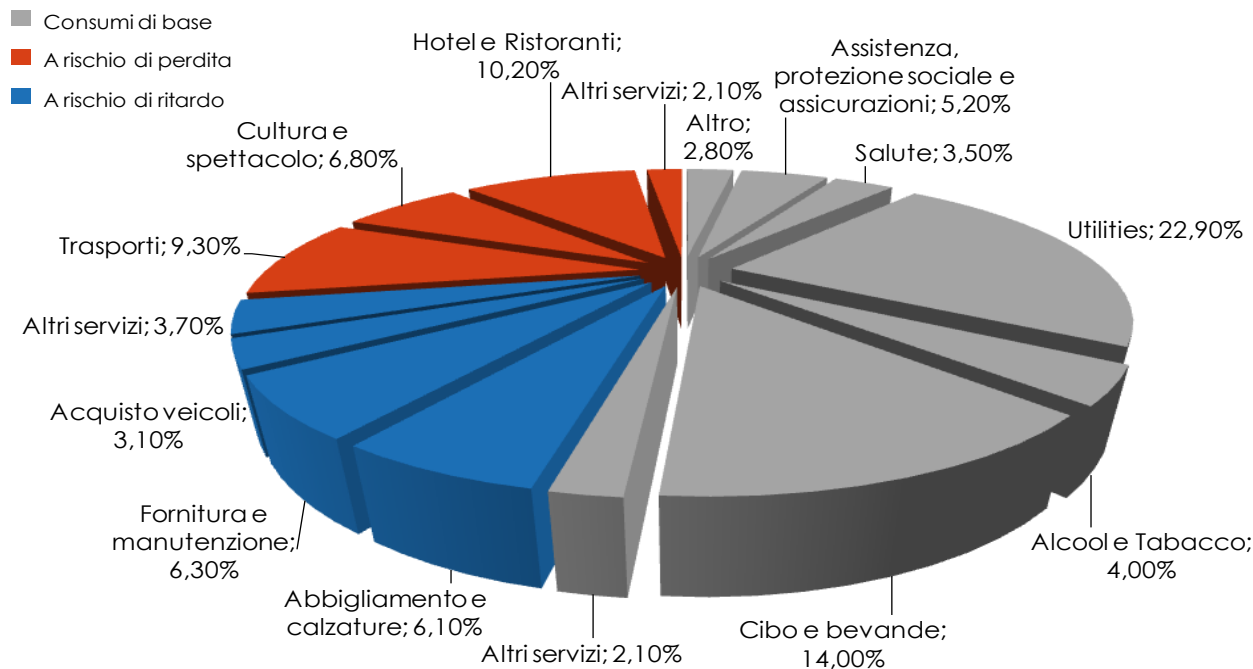
- i. **Continua verifica sul «campo» con gli attori:** meeting on line in 7 regioni con circa 350 operatori
- ii. **Analisi del sentiment degli operatori:** in tre mesi molti «cambiamenti di umore»
- iii. **Condivisione e verifica delle policy:** problemi e proposte discusse con gli stakeholder

I fattori di base nella predisposizione degli scenari

- i. **I consumi non «recuperabili» ed un peso sul Pil elevato**
- ii. **Shock asimmetrico della pandemia** (Quando, Dove e Come)
- iii. **Ruolo della domanda domestica e adeguamento dell'offerta turistica**



Effetto sui consumi del lockdown: il turismo è la filiera più a rischio



Italy: Consumer spending breakdown

In Italia circa il 45% dei consumi rischia di essere perso o rimandato.

Il turismo rientra tra quelli ad alto rischio

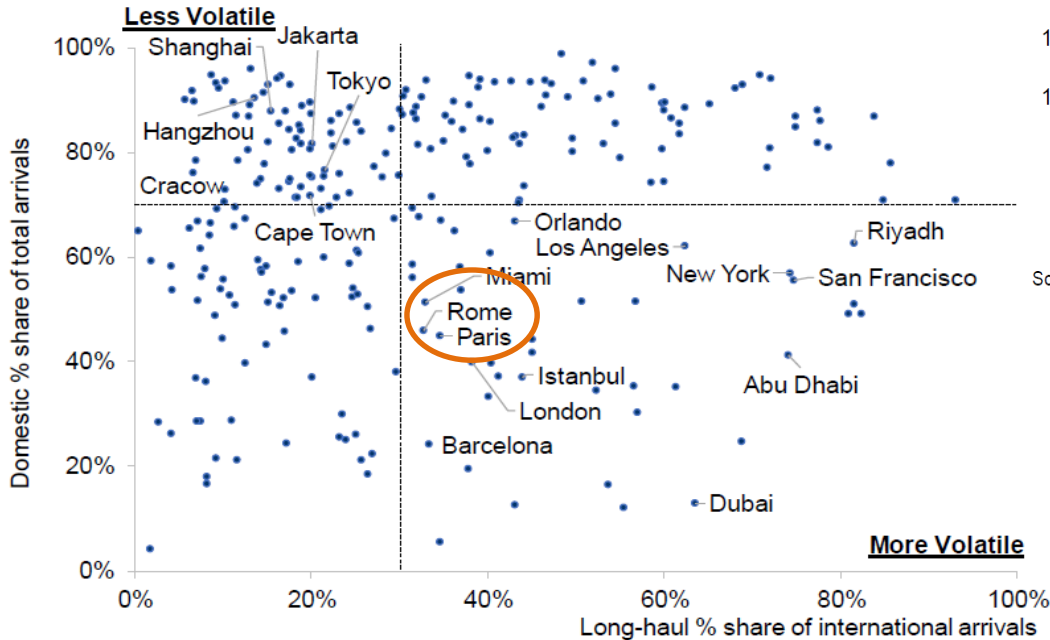
Fonte: Oxford Economics, Eurozone and Italy Outlook, Webinar 10 aprile 2020

- Solo in termini di Pil **il contributo diretto del Turismo in Italia è infatti del 6%**, ma considerando tutta la filiera, **l'impatto complessivo sale al 13%**.
- E' evidente la rischiosità anche di questo secondo impatto **poiché i blocchi produttivi hanno riguardato molte attività connesse al turismo**

Asimmetria dello shock: la ripresa avrà velocità diverse e dipenderà anche delle caratteristiche della domanda

In generale si prevede un recupero della domanda interna entro il 2021 ma quella estera richiederà almeno altri due anni

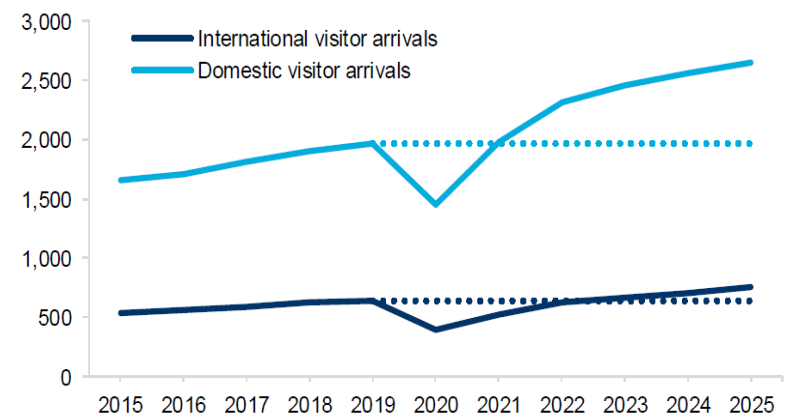
City reliance on domestic and long-haul arrivals, 2020



Source: Tourism Economics

Note: Annotated cities are those ranked in top 50 largest

Global city international vs domestic visitor arrivals (mn)



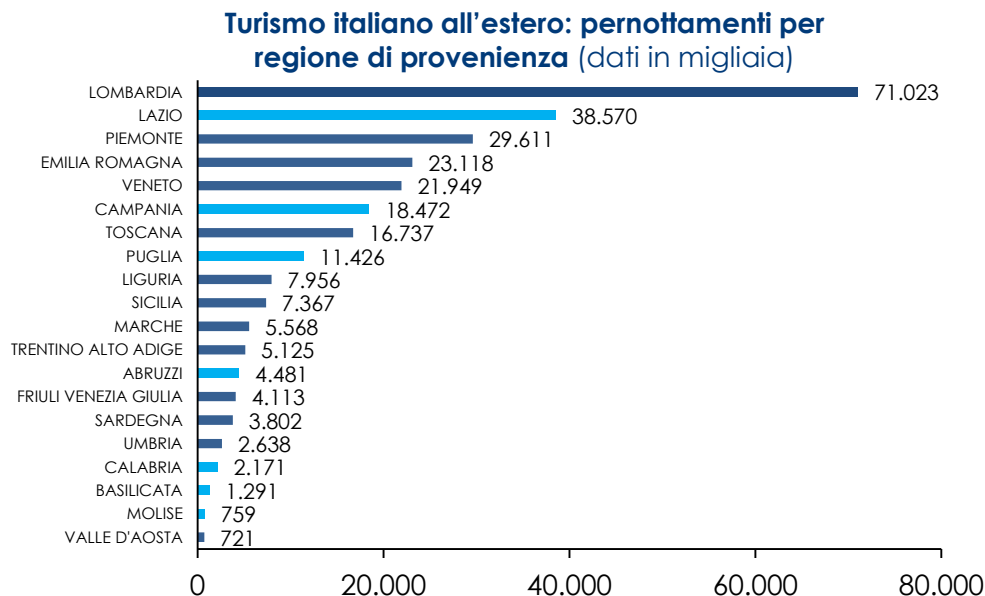
Source: Tourism Economics

L'impatto dipende anche dal quando e dal come se ne esce.

La **volatilità della domanda** dipende dalla sua internazionalità (soprattutto se è a lungo raggio).

Un «ritorno al passato»? La vacanza di prossimità

■ **Bacino turistico potenziale di 277 milioni di presenze per il rientro di italiani all'estero. Circa il 18% afferra alle regioni del Sud.**



■ **fase 3, cinque italiani su dieci si concederanno anche più di una vacanza**

■ **il viaggio si prolunga:** è il ritorno delle vacanze d'ottobre tutti insieme appassionatamente ...

■ **...ma solo se coppia e famiglia.**

Fonte: Bollettino Enit N.4

Fonte: elaborazioni SRM su dati ISTAT e Banca d'Italia

■ **Irrinunciabile mordi e fuggi,** almeno una gita fuori porta ogni 60 giorni mentre un italiano su dieci la farà tutti i weekend

■ **Dall'estero in Italia:** stop al calo delle prenotazioni dai paesi di prossimità e dalla Russia

■ **Mare** continua a battere montagna **con in testa Puglia, Sicilia e Toscana.**



- **Presenze Turistiche**
- **Spesa Turistica**
- **Fatturato «alberghi e ristoranti»**
- **Pil turistico**

434 mln	86,7 mln
137,9 mld €	42,4 mld €
89,7 mld €	20,1 mld €
60,3 mld €	14,8 mld €

■ **Gli ultimi 5 anni (2015-2019) erano stati un periodo positivo: In Italia, +12.5 arrivi e + 10.5 presenze. Nel Mezzogiorno +18% arrivi e +13,5% presenze.**

■ **Le previsioni di crescita del turismo per il 2020 prima del Coronavirus: non erano particolarmente incoraggianti** a causa del rallentamento della domanda interna e soprattutto della ripresa della competizione e delle riduzioni delle tensioni internazionali.

Le ipotesi di base del modello

Scenario

Pessimistico

Data di massima fruizione:
a partire dal **15 agosto**

Ripresa della **domanda interna a fine anno** e mancata ripresa **della straniera**

Maggiore difficoltà di tenuta del sistema

Scenario

Base

Data di massima fruizione:
a partire dal **1 agosto**

Ripresa della **domanda interna** ma non della domanda straniera

Per entrambi si prevede una **minima tenuta del sistema** grazie ad un recupero **nell'ultimo trimestre dell'anno**

Scenario

Ottimistico

Data di massima fruizione:
a partire dal **15 luglio**

Ripresa della **domanda interna** e lieve ripresa **della straniera** dal IV trim

Variazione annuale delle presenze turistiche per il 2020

Scenario pessimistico		Italia		Mezzogiorno	
Turisti	%	Variazione 000		%	Variazione 000
Italiani	-45,6	-98.131		-43,3	-23.270
Stranieri	-62,5	-136.609		-65,6	-21.640
Totale	-54,1	-234.740		-51,8	-44.910

Scenario base					
Turisti	%	Variazione 000		%	Variazione 000
Italiani	-24,3	-52.341		-23,7	-12.722
Stranieri	-46,1	-100.830		-48,9	-16.137
Totale	-35,3	-153.172		-33,3	-28.859

Scenario ottimistico					
Turisti	%	Variazione 000		%	Variazione 000
Italiani	-9,4	-20.191		-6,9	-3.733
Stranieri	-32,0	-70.026		-33,4	-11.006
Totale	-20,8	-90.218		-17,0	-14.739



- **il PIL Turistico italiano**, impatterà tra il **-0,6%** (ipotesi ottimistica) **ed il -1,5%** (ipotesi pessimistica).
- **Nel Mezzogiorno** l'impatto previsto sarà solo leggermente minore: **tra il -0,3%** (ipotesi ottimistica) **al -0,9%** (ipotesi pessimistica)

Possibili azioni di rilancio

Da un lato una azione condivisa e programmata dell'offerta turistica per gestire le nuove sfide

Puntare su politiche di marketing operativo

- ✓ **Valutare la convenienza di «tenere aperto» non solo da un punto di vista microeconomico ma anche macroeconomico.**
 - Responsabilità socio-economica degli operatori e valutazione della profittabilità
 - Salvaguardia delle quote di mercato internazionale e nazionale (anche per il futuro)
- ✓ **Adottare linee guida condivise e coordinate a «tutti livelli».**
 - Coordinamento Stato-Regione e tra tutti gli operatori della filiera con un processo decisionale uniforme, tenendo conto delle specificità territoriali.
 - Adozione di protocolli sanitari per la gestione delle esigenze di accoglienza dei turisti
 - Definizione di standard di qualità aziendali per la sicurezza e l'igiene pubblica: gestione degli spazi interni, organizzazione dei layout, ristorazione e spiagge
- ✓ **Trovare il giusto equilibrio tra le misure di sicurezza e l'autoresponsabilità nell'applicazione**

Possibili azioni di rilancio

... dall'altro una politica sul territorio volta a rilanciare il turismo di prossimità e di qualità

Puntare su politiche di marketing territoriale

✓ È anche una questione europea:

- Strumenti finanziari (es. quota recovery fund per il turismo) per finalità a breve (liquidità) ed a medio termine (digitalizzazione e eco-sostenibilità)
- Applicazione di procedure sanitarie intra europee

✓ Possibilità di ripresa nel periodo estivo, anche prima di altri territori

- I territori- meno colpiti dall'emergenza sanitaria - possono avere una migliore percezione nazionale ed internazionale, da valorizzare nella comunicazione esterna

✓ Mete di interesse per i turisti italiani «di ritorno» e per gli stranieri «a breve raggio»

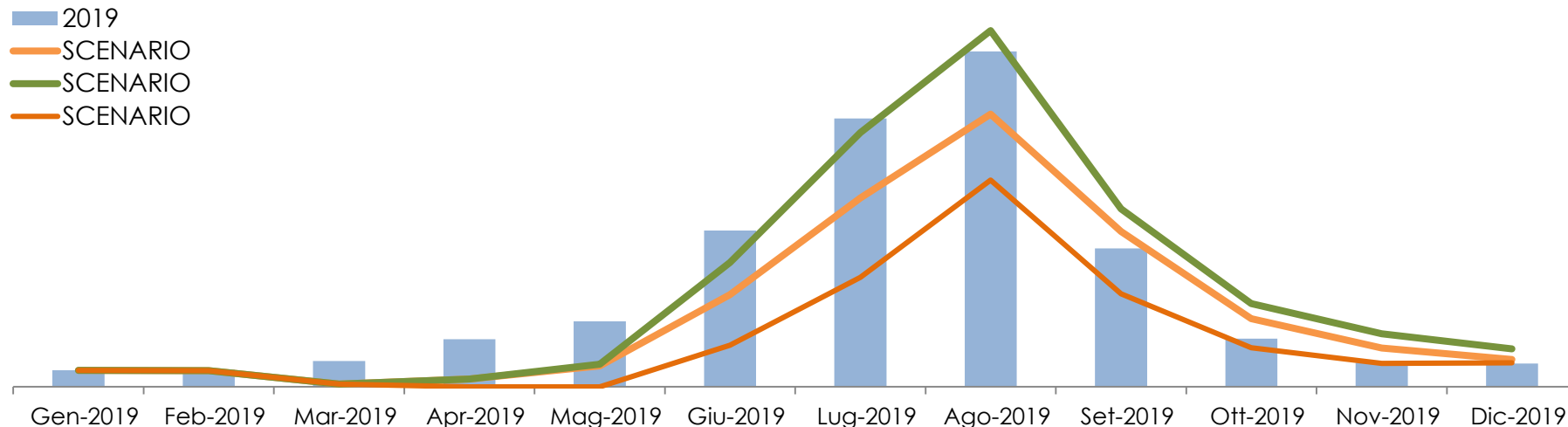
- Politiche per attirare gli italiani che in passato sceglievano paesi esteri come meta delle loro vacanze, offrendo «le bellezze» delle nostre regioni: **qualità, distanziamento**, ambiente, cultura, **percezione della sicurezza...**

Possibili azioni di rilancio

Valorizzare la destinazione «ITALIA» tutto l'anno

- Per un «allungamento» ed un «allargamento» della stagione turistica, grazie non solo al clima favorevole ed alle strategie di destagionalizzazione, ma anche dando significato all'unicità della destinazione, alla sua cultura, alla sua enogastronomia, ai suoi stili di vita e della sua natura e quindi sulla disponibilità di attrazioni alternative al mare che è l'ora di attivare al massimo

Distribuzione mensile delle presenze turistiche

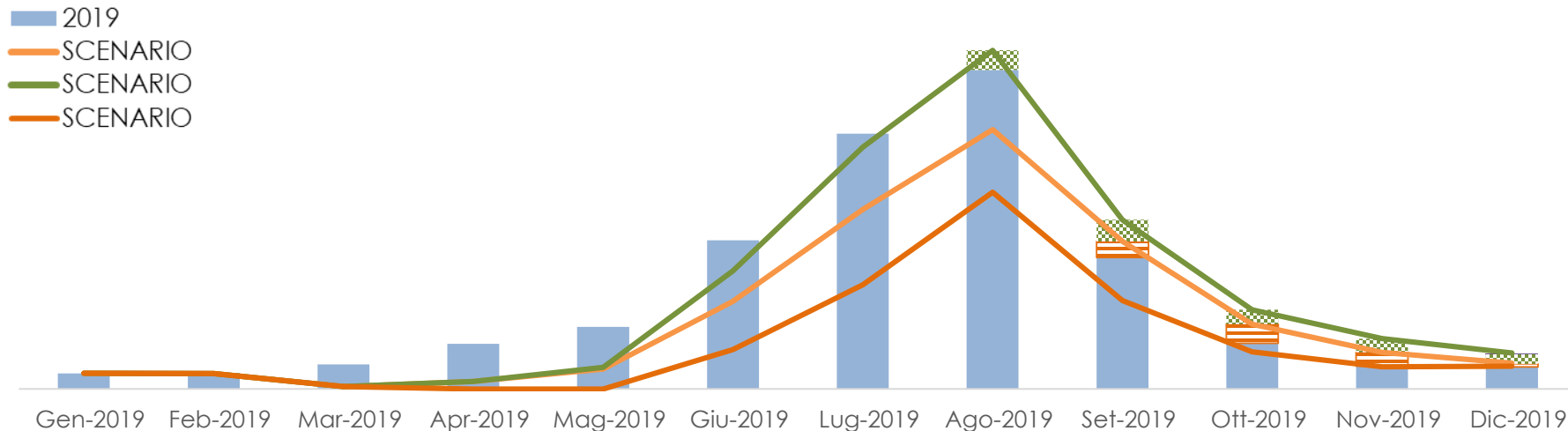


Possibili azioni di rilancio

Valorizzare la destinazione «ITALIA» tutto l'anno

- Per un «allungamento» ed un «allargamento» della stagione turistica, grazie non solo al clima favorevole ed alle strategie di destagionalizzazione, ma anche dando significato all'unicità della destinazione, alla sua cultura, alla sua enogastronomia, ai suoi stili di vita e della sua natura e quindi sulla disponibilità di attrazioni alternative al mare che è l'ora di attivare al massimo.

Distribuzione mensile delle presenze turistiche



Grazie per l'attenzione

segui e scarica l'analisi su
sr-m.it

