

IRPET

Istituto
Regionale
Programmazione
Economica
Toscana

Incidenza del turismo sull'economia regionale: stima del contributo effettivo ed esercizio di valutazione del potenziale

Stefano Rosignoli

Firenze, novembre 2009

INDICE

1.	INTRODUZIONE	3
2.	MISURAZIONE DEL PESO TURISTICO	3
3.	CONCENTRAZIONE E DIFFUSIONE DELLE PRESENZE TURISTICHE	4
4.	INVESTIMENTI STRUTTURALI NECESSARI A RAGGIUNGERE LE PRESENZE POTENZIALI	7
5.	STIMA DELLA SPESA TURISTICA	8
6.	INCIDENZA ECONOMICA EFFETTIVA DELL'ATTIVITÀ TURISTICA NELLE REGIONI	10
7.	INCIDENZA ECONOMICA POTENZIALE DEL TURISMO NELLE REGIONI	14
8.	CONCLUSIONI	15
	BIBLIOGRAFIA	15

1. INTRODUZIONE

Il turismo è un fenomeno che in molte regioni italiane ha particolare rilevanza nel contributo che dà alla crescita del sistema economico locale. Tuttavia malgrado si parli molto di tale rilevanza, risulta difficoltoso misurare l'entità del suo contributo.

Un primo motivo di tale difficoltà è legato alla varietà multiforme del fenomeno: non esiste infatti un settore "Turismo" classificato come attività economica di produzione omogenea (Sulla definizione di attività turistica si veda Costa - Manente 2006), quando i turisti alloggiano in un territorio acquistano beni e servizi che parzialmente si confondono con quelli domandati dalla popolazione residente, è difficile per questo definire quali sono i beni e servizi chiesti dal turista e quantificare statisticamente tale domanda.

Tentativo di questo articolo è quello di misurare gli effetti del turismo sull'economia regionale ed anche di calcolare l'apporto massimo (teorico) che potrebbe dare il turismo al sistema economico. Questa misurazione avverrà per tre fasi successive:

- Calcolo del potenziale turistico teorico sulla base della superficie regionale, della concentrazione delle strutture ricettive e della esposizione temporale della domanda turistica.
- Valutazione degli investimenti che sarebbero necessari per la crescita massima delle presenze turistiche nel territorio.
- Misurazione dei consumi dei turisti nelle regioni italiane attraverso un metodo indiretto di stima che usa le fonti statistiche disponibili.
- Applicazione di un modello input-output multiregionale per valutare gli effetti della spesa turistica sull'economia regionale.

2. MISURAZIONE DEL PESO TURISTICO

E' indiscutibile che esista una molteplice varietà di strutture, di culture, di specialità, e di caratteristiche regionali nel territorio italiano. Ciascuna regione è dotata di una propria dimensione di una propria struttura economica ed in particolare di una vocazione turistica diversa nel peso e nella forma: nel peso perché ci sono regioni in cui il turismo ha poca incidenza ed altre in cui invece è parte rilevante dell'economia, nella forma perché le caratteristiche dell'attività turistica dipendono dalla struttura stessa del territorio: mari, monti, colline, monumenti, musei, benessere, convegni, sono tutte caratteristiche che differenziano le regioni nell'attività turistica (Sulla segmentazione di domanda ed offerta turistica si veda Costa - Manente - Minghetti, 1996).

Allora diventa difficile dare un peso al fenomeno del turismo, la misura più immediata e diretta e facilmente rilevabile nelle regioni italiane è data dalle presenze turistiche ufficiali rilevate mensilmente dall'Istat in tutte le strutture ricettive (Per gli strumenti di misurazione quantitativa del turismo si veda Vaccaro, 2007). Se poi si intende eliminare l'effetto dimensionale delle regioni possiamo dividere tali presenze con una misura di ampiezza regionale, ad esempio la superficie territoriale, il pil oppure la popolazione.

Tabella 1
PRESENZE UFFICIALI SU POPOLAZIONE ANNO 2006

Regioni	Italiani	Stranieri	TOTALE
Piemonte	1.409	1.13	2.542
V. Aosta	17.247	8.45	25.700
Lombardia	1.403	1.43	2.831
Trentino A.A.	19.392	21.82	41.208
Veneto	5.257	7.18	12.435
Friuli	4.114	2.88	6.996
Liguria	6.363	2.48	8.839

Tabella 1 *segue*

Regioni	Italiani	Stranieri	TOTALE
Emilia	6.815	2.06	8.872
TOSCANA	5.911	5.34	11.254
Umbria	4.675	2.36	7.030
Marche	7.163	1.33	8.495
Lazio	2.166	3.69	5.856
Abruzzo	4.928	0.76	5.688
Molise	2.133	0.19	2.320
Campania	1.898	1.41	3.307
Puglia	2.168	0.37	2.536
Basilicata	2.654	0.29	2.949
Calabria	3.341	0.74	4.082
Sicilia	1.768	1.14	2.905
Sardegna	4.393	1.95	6.346

Fonte: Elaborazioni su dati Istat

Questa misura classica di peso turistico mostra come le regioni con più spiccata vocazione siano Trentino, Val d'Aosta, Veneto e Toscana, quelle in cui invece il turismo pesa meno sono Campania, Sicilia, Piemonte e Lombardia.

I motivi della differenza di peso turistico sono ovviamente molteplici, la conformazione del territorio, la vicinanza lontananza dal mare o dalla montagna, la presenza di monumenti, sono tutti fattori che incidono sul peso turistico. Molti di questi sono strutturalmente poco modificabili, si pensi ad esempio a mare e montagna, o agli scavi e reperti archeologici (Per una presentazione dei limiti e possibilità di sviluppo turistico al livello regionale si veda Golinelli C.M. – Tronfio M., 2007). Dunque diciamo che è un po' difficile modificare una regione per attrarre più turisti. Quello che invece può essere fatto è inventarsi attrazioni che potenzialmente richiamino visitatori, alcuni esempi sono l'apertura dei musei, parchi divertimenti, meeting internazionali, centri benessere, spettacoli.

3.

CONCENTRAZIONE E DIFFUSIONE DELLE PRESENZE TURISTICHE

Un altro problema è caratterizzato dal limite strutturale delle regioni, esiste infatti un vincolo nello spazio e nel tempo. Il vincolo nello spazio può essere territoriale o strutturale, il primo è legato alla conformazione ed estensione del territorio regionale, il secondo alla presenza di strutture ricettive.

Se l'attrazione turistica è concentrata in un solo comune tra tutti quelli della regione non sarà possibile espandere le strutture ricettive oltre un certo limite, non possiamo aumentare all'infinito la ricettività ed i posti letto, dunque diventa importante dal punto di vista regionale diffondere il più possibile nel territorio le strutture e diffondere tra più comuni le attrazioni.

Il metodo che è stato utilizzato per misurare la concentrazione spaziale, si basa sul comune. I comuni sono qui considerati l'unità elementare del territorio, caratterizzati da una propria dimensione (misurabile con la superficie o la popolazione) ed un proprio numero di posti letto (Per una presentazione degli indici di variabilità spaziale si veda Novelli E. e Occelli S., 2007).

Per calcolare l'indice si sono ordinati i comuni della regione in base ai posti letto disponibili su popolazione. Si sono contati, una volta ordinati, i primi comuni che insieme arrivano a coprire l'80% dei posti letto complessivi regionali, è stato poi calcolato il rapporto tra la superficie totale di questi primi comuni alla superficie complessiva regionale. Quello trovato è un indice di diffusione regionale (o minore concentrazione) del turismo: più è alto questo indice più grande è il territorio regionale interessato dal fenomeno turistico.

Tabella 2
CALCOLO DELL'INDICE DI DIFFUSIONE TERRITORIALE DEL TURISMO

Regioni	Numero complessivo dei comuni nella regione	Numero dei primi comuni che insieme coprono l'80% dei posti letto complessivi	Quota della superf. dei primi comuni che insieme coprono l'80% dei posti letto compl. sul totale della superf. regionale
Piemonte	1206	142	30%
Valle d'Aosta	74	21	48%
Lombardia	1546	119	20%
Trentino-Alto Adige	339	91	50%
Veneto	581	23	14%
Friuli Venezia Giulia	219	9	9%
Liguria	235	32	19%
Emilia - Romagna	341	14	8%
TOSCANA	287	63	32%
Umbria	92	29	62%
Marche	246	23	15%
Lazio	378	15	17%
Abruzzo	305	27	17%
Molise	136	11	13%
Campania	551	36	10%
Puglia	258	25	17%
Basilicata	131	16	20%
Calabria	409	46	17%
Sicilia	390	49	21%
Sardegna	377	27	12%

Fonte: Elaborazioni su dati Istat

La regione a più elevata diffusione turistica secondo questo indice è l'Umbria con il 62% del proprio territorio coperto da strutture ricettive, seguita dal Trentino Alto Adige, dalla Valle d'Aosta e dalla Toscana. Le regioni invece ad elevata concentrazione (bassa diffusione) del turismo sono l'Emilia Romagna, il Friuli Venezia Giulia, la Campania, la Sardegna ed il Molise.

Di per sé un indice di diffusione elevato non ha una accezione positiva o negativa, indica soltanto che il fenomeno turistico è concentrato in pochi o molti comuni nel territorio, acquista però un alto valore in termini di potenzialità turistica: un comune non può aumentare i posti letto disponibili a dismisura, esistono vincoli di spazio stringenti, è invece possibile diffondere i posti letto in più comuni nel territorio (a condizione ovviamente che questi ultimi si attrezzino anche per attrarre i turisti).

Una volta osservata la diffusione territoriale delle strutture turistiche osserviamo la diffusione temporale regionale misurata rapportando le presenze turistiche ufficiali complessive alla disponibilità annuale dei posti letto (posti letto regionali x 365).

Tabella 3
CONCENTRAZIONE TEMPORALE DEL TURISMO

Regioni	Italiani	Stranieri	TOTALE
Piemonte	10%	8%	18%
Valle d'Aosta	12%	6%	17%
Lombardia	12%	12%	24%
Trentino A.A.	14%	16%	30%
Veneto	10%	13%	23%
Friuli	9%	6%	15%
Liguria	18%	7%	25%
Emilia	18%	5%	24%
Toscana	12%	11%	24%
Umbria	14%	7%	21%
Marche	13%	2%	16%
Lazio	12%	21%	33%
Abruzzo	17%	3%	20%
Molise	14%	1%	15%
Campania	16%	12%	28%
Puglia	12%	2%	14%
Basilicata	12%	1%	13%
Calabria	10%	2%	12%
Sicilia	14%	9%	23%
Sardegna	11%	5%	16%

Fonte: Elaborazione su presenze Istat 2006

Con questo indice si osserva quanto vengono usate le strutture ricettive regionali: in una situazione limite (ovviamente teorica) se le stesse fossero usate in modo pieno per tutto l'anno avremmo un numero di presenze pari ai posti letto per 365 giorni, l'indice che calcoliamo misura quanta parte di questa disponibilità potenziale viene effettivamente utilizzata.

Le regioni che presentano questo indice elevato sono quelle che hanno turisti alloggiati in buona parte dell'arco annuale di tempo, tali regioni sono, il Lazio, il Trentino, la Campania, la Liguria e la Lombardia.

Definiamo potenzialità turistica regionale il valore delle presenze turistiche annuali che le regioni avrebbero se la diffusione territoriale delle stesse fosse quella della regione a più elevata diffusione territoriale (l'Umbria) e se la diffusione temporale delle presenze fosse quella della regione a più alta diffusione temporale (il Lazio).

Tabella 4
PRESENZE EFFETTIVE E POTENZIALI NEL 2006

Regioni	Presenze effettive (in milioni)	Presenze potenziali se la diffusione territoriale fosse quella dell'Umbria	Presenze potenziali se la diffusione temporale del turismo fosse quella del Lazio	Presenze potenziali (in milioni)
PIE	11.06	22.83	20.29	41.88
VDA	3.21	4.19	6.08	7.95
LOM	27.02	86.37	37.35	119.39
TAA	40.99	51.02	44.99	56.00
VEN	59.36	263.64	84.55	375.54
FVG	8.48	61.62	18.45	134.06
LIG	14.21	47.00	18.65	61.69
ERO	37.47	304.06	52.17	423.33
TOS	40.94	80.14	56.98	111.52
UMB	6.14	6.14	9.58	9.58
MAR	13.05	53.13	27.05	110.13

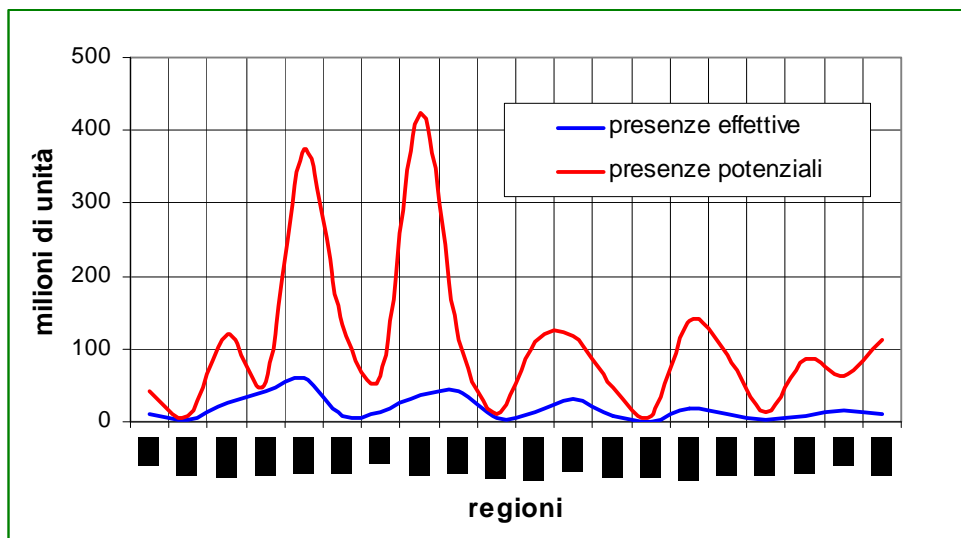
Tabella 4 *segue*

Regioni	Presenze effettive (in milioni)	Presenze potenziali se la diffusione territoriale fosse quella dell'Umbria	Presenze potenziali se la diffusione temporale del turismo fosse quella del Lazio	Presenze potenziali (in milioni)
LAZ	32.17	117.33	32.17	117.33
ABR	7.45	28.10	12.40	46.79
MOL	0.74	3.52	1.59	7.53
CAM	19.15	120.95	22.11	139.67
PUG	10.32	37.56	24.90	90.63
BAS	1.74	5.42	4.34	13.49
CAL	8.16	30.75	22.93	86.46
SIC	14.57	43.09	20.82	61.57
SAR	10.53	53.39	22.16	112.37

Fonte: Elaborazioni in base alle indicazioni del paragrafo 3

In tabella 4 si mostra come incidono separatamente le potenzialità legate alla superficie regionale, e le potenzialità legate alla dinamica temporale delle presenze turistiche.

Grafico 1
PRESENZE EFFETTIVE E POTENZIALI NEL 2006



Fonte: Elaborazioni su dati Istat

Il grafico 1 mostra ancor meglio le regioni che potrebbero far crescere le proprie presenze turistiche: in particolare l'Emilia Romagna, il Veneto, il Lazio, Campania, Calabria e Sardegna. Si tratta di un'indicazione teorica, basata semplicemente sulla superficie territoriale della regione e sulla durata delle presenze turistiche nell'intervallo annuale. La realtà è caratterizzata da molti altri vincoli che riducono facilmente questo limite, si pensi a territori montuosi, senza nessuna attrazione turistica e senza vie di comunicazione: sarà molto difficile che in tali territori le presenze turistiche aumentino, tuttavia l'indicatore calcolato è una buona proxy di limite fisico di crescita delle presenze¹.

4. INVESTIMENTI STRUTTURALI NECESSARI A RAGGIUNGERE LE PRESENZE POTENZIALI

Se volessimo avvicinarci a questo limite teorico, oltre a creare attrazioni turistiche (la cui valutazione infrastrutturale è difficile da compiere anche perché non è misurabile in termini solamente fisici) dovremmo sicuramente fare investimenti in posti letto, aumentando il numero e la dimensione delle strutture ricettive in diversi comuni della regione.

In via approssimativa è stata tentata una valutazione degli investimenti complessivi (a prezzi del 2006) necessari ad incrementare i posti letto nelle singole regioni fino al raggiungimento della recettività massima potenziale². I risultati di questo calcolo sommario sono mostrati in tabella 5.

¹ Altro limite dell'indice calcolato in questo modo è quello di aver preso il dato della regione con più alta diffusione (l'Umbria) come limite massimo della diffusione, si tratta di una scelta soggettiva che in un certo modo condiziona il calcolo della potenzialità e considera tale regione saturata di strutture ricettive. Potremmo prendere come limite estremo una percentuale in più rispetto a ciò che accade a tale regione.

² La valutazione del capitale e degli investimenti strutturali al livello regionale è difficile da compiere, il tentativo qui eseguito ha cercato di tener conto di tutte le informazioni statistiche esistenti (capitale, investimenti, produttività, numero di posti letto, ecc) che sono conosciute prevalentemente al livello nazionale. In considerazione di ciò il risultato ottenuto è un valore medio regionale indicativo di costo di investimento per posto letto, che potrà oscillare soprattutto in relazione alla posizione geografica ed alla tipologia di struttura ricettiva.

Tabella 5
SPESA PER LA CREAZIONE DI NUOVI POSTI LETTO

Regioni	numero di posti letto complessivi	posti letto aggiuntivi per coprire le presenze potenziali	investimento medio per posto letto negli esercizi alberghieri a prezzi 2006	investimento medio per posto letto negli altri esercizi a prezzi 2006	investimento medio per posto letto aggiuntivo a prezzi 2006	investimento complessivo in milioni per raggiungere il potenziale massimo di disponibilità
Piemonte	169,207	471,389	44,813	9,173	22,753	10,726
Valle d'Aosta	50,691	74,876	40,785	8,184	20,153	1,509
Lombardia	311,438	1,064,634	49,515	10,709	28,805	30,667
Trentino-Alto Adige	375,099	137,361	40,610	13,048	24,506	3,366
Veneto	705,000	3,755,290	50,418	7,010	20,128	75,585
Friuli-Venezia Giulia	153,870	2,277,755	42,887	7,692	17,788	40,516
Liguria	155,540	519,581	45,811	9,980	24,431	12,694
Emilia - Romagna	434,958	4,479,296	37,475	9,393	21,481	96,222
Toscana	475,062	818,837	46,807	9,176	22,651	18,548
Umbria	79,886	44,826	50,593	9,856	24,695	1,107
Marche	225,535	1,677,979	39,537	6,947	16,922	28,395
Lazio	268,197	710,063	50,777	10,356	28,620	20,322
Abruzzo	103,417	546,122	39,638	8,262	20,305	11,089
Molise	13,268	121,344	45,792	9,332	23,294	2,827
Campania	184,346	1,160,499	52,090	9,993	32,347	37,539
Puglia	207,612	1,615,446	44,390	8,911	20,279	32,760
Basilicata	36,184	243,726	36,685	9,829	20,029	4,882
Calabria	191,183	1,835,848	33,786	7,869	16,456	30,211
Sicilia	173,621	559,837	47,361	12,198	28,006	15,679
Sardegna	184,796	1,787,021	40,674	9,355	21,508	38,435
ITALIA	4,498,910	23,901,732	44,305	8,914	25,415	513,076

Elaborazioni dell'autore su dati ISTAT³

Questa tavola ci dice quanto occorrerebbe investire in più oltre l'investimento standard per far crescere le strutture disponibili nelle regioni in modo da garantire la crescita delle presenze turistiche fino al loro potenziale. Di per se anche questa spesa di investimento (prevalentemente destinata a costruzioni) genererà reddito nelle regioni italiane, non è stato però calcolata l'attivazione di tale spesa (in ogni caso, per il suo elevato ammontare, questa spesa ed i relativi effetti sarebbero frazionati negli anni).

5. STIMA DELLA SPESA TURISTICA

I consumi dei turisti sono una variabile macroeconomica che non viene comunemente pubblicata sulle statistiche ufficiali soprattutto a causa della difficoltà di stima al livello regionale, tramite l'utilizzo congiunto di diverse fonti è stato tuttavia possibile giungere ad una stima dei consumi turistici regionali per provenienza dei turisti. Si elencano in tabella 6 le principali fonti dalle quali ricaviamo informazioni utili al calcolo dei consumi regionali dei turisti:

³ Gli investimenti per posto letto a prezzi del 2006 sono stati calcolati partendo dal valore capitale di alberghi e pubblici esercizi al livello nazionale, ripartiti sulle regioni e sulle diverse tipologie di strutture ricettive e di pubblici esercizi sulla base dei dati Istat sul sistema dei conti delle imprese e sugli addetti del censimento 2001. Dividendo il valore capitale regionale di alberghi ed altre strutture ricettive per posti letto regionali si è ottenuto il valore dell'investimento per posto letto, che è stato aggiornato al 2006 moltiplicandolo per la variazione dei prezzi tra il 2001 ed il 2006 degli investimenti complessivi regionali in alberghi e pubblici esercizi.

Tabella 6
FONTI PER LA STIMA DEI CONSUMI TURISTICI

Fonti/Indagini	Informazione
Statistiche sul turismo – Istat	Matrice di presenze turistiche ufficiali per regione di origine e regione di destinazione
Viaggi e vacanze degli italiani – Istat	Matrice di presenze ufficiali e non ufficiali per ripartizione di origine e regione di destinazione
Turismo internazionale – Banca d'Italia /Ufficio Italiano Cambi	Presenze e consumi dei turisti italiani all'estero per regione di residenza e dei turisti stranieri per regione di pernottamento.
Contabilità nazionale - Istat	Spesa in Italia dei non residenti e spesa all'estero dei residenti
Contabilità regionale – Istat	Consumi interni delle famiglie (comprensive dei consumi dei non residenti) per regione di spesa
Indagine sui consumi delle famiglie residenti - Istat	Consumi delle famiglie residenti per regione di residenza
Conti regionali del settore istituzionale famiglie - Istat	Reddito netto disponibile delle famiglie per regione di residenza

Sono fonti relative ad indagini esaustive (presenze turistiche ufficiali) e campionarie (viaggi e vacanze, turismo internazionale, consumi delle famiglie residenti) che porteranno alla stima di una matrice di spesa per regione di origine e regione di destinazione, dalla quale sarà ricavabile il consumo interno regionale dei non residenti ed il consumo esterno dei residenti.

Il procedimento per arrivare a stimare i consumi turistici effettivi (ufficiali e non ufficiali) si avvale di un metodo indiretto che utilizza tutte le fonti elencate in più passi (Per una descrizione più esauriente della procedura si veda Rosignoli 2008) e che riportiamo qui brevemente:

- Dalla fonte “Statistiche sul turismo” si prende la matrice delle presenze turistiche ufficiali dell’Istat per regione di origine (incluso l’estero) e regione di destinazione aggiungendo una colonna che rappresenta le presenze degli italiani all’estero per regione di residenza (dato ricavato dall’indagine dell’ufficio italiano cambi/Banca d’Italia).
- L’indagine “Viaggi e Vacanze degli italiani” stima le presenze complessive (ufficiali e non ufficiali) per ripartizione di origine (Nord, Centro, Sud) e regione di destinazione. Utilizziamo questo dato per rivalutare le presenze ufficiali registrate nella matrice ricavata al punto 1.
- L’indagine ai valichi di frontiera dell’Ufficio Italiano Cambi (ora assorbito da Banca d’Italia) stima la spesa media giornaliera procapite dei turisti stranieri per regione di pernottamento, in prima approssimazione si stima la matrice di spesa turistica moltiplicando questa spesa media per tutte le colonne della matrice di presenze turistiche complessive calcolata al punto 2.
- Sulla diagonale della matrice di spesa si aggiungono i consumi interni non turistici dei residenti calcolati come differenza tra i consumi interni delle famiglie (noti dalla contabilità regionale) ed il totale di colonna di tale matrice, la somma di colonna della matrice così modificata indica il totale dei consumi interni per regione di presenza e la somma di riga indica una stima approssimativa dei consumi per regione di residenza.
- Utilizzando i consumi delle famiglie residenti (da indagine campionaria dell’Istat) opportunamente corretti per renderli coerenti con i dati di contabilità nazionale, si ottiene una buona stima del totale di riga della matrice di consumo e si esegue un cosiddetto bilanciamento bi-proporzionale (usualmente chiamato bilanciamento RaS), cioè un procedimento iterativo che aggiusta proporzionalmente le celle della matrice fino a che i totali di riga e di colonna non siano coerenti con i vincoli conosciuti (Per una descrizione delle procedure di bilanciamento si veda Schneider - Zenios 1990 e Günlük-Senesen – Bates, 1988). Si ottiene così una matrice di spesa origine/destinazione coerente con i dati di contabilità regionale e le cui celle permettono di ricavare per ciascuna regione i consumi dei residenti, e dei non residenti ed i consumi interni ed esterni.

Al termine di questa procedura disporremo della matrice origine destinazione di consumi da e per le regioni italiane e l’estero. La somma di riga di questa matrice indica i consumi dei residenti per regione di residenza, la somma di colonna indica i consumi interni regionali coerenti con i dati di contabilità regionale dell’Istat. Gli elementi fuori dalla diagonale di questa

matrice rappresentano i consumi turistici in entrata (per colonna) ed in uscita (per riga) delle regioni.

6.

INCIDENZA ECONOMICA EFFETTIVA DELL'ATTIVITÀ TURISTICA NELLE REGIONI

Anzitutto occorre precisare che le presenze mostrate in tabella 1 sono ufficiali, osservate cioè sulle strutture ricettive dichiarate, una buona parte dei turisti che entrano in una regione non sono rilevabili o perché semplici escursionisti che non pernottano nelle strutture regionali oppure perché non alloggiano in strutture per le quali viene rilevata la presenza (seconde case, parenti, alloggi non ufficiali ecc.) Dunque l'entità delle presenze da dati ufficiali risulta sicuramente sottostimata. Utilizzando le informazioni dell'indagine viaggi e vacanze degli italiani e della Banca di'Italia/Ufficio italiano cambi, possiamo correggere le presenze ufficiali per dei fattori che mostrano quanto le presenze siano effettivamente sottostimate, i fattori correttivi sono stati calcolati come rapporto tra le presenze regionali che vengono fuori dall'indagine campionaria viaggi e vacanze (Baratta - Perez 2003) più quelle straniere che derivano dall'indagine di Banca d'Italia/Ufficio Italiano Cambi e le presenze ufficiali rilevate dall'Istat.

Tabella 7
RAPPORTO MEDIO TRA PRESENZE TOTALI E PRESENZE UFFICIALI

	presenze ufficiali		fattore	presenze complessive	
	effettive	potenziali		effettive	potenziali
Piemonte	11.063	41.884	3.7	40.999	71.820
Valle d'Aosta	3.208	7.946	3.1	9.917	14.655
Lombardia	27.022	119.394	3.1	82.921	175.293
Trento	40.989	56.000	1.4	55.460	70.471
Veneto	59.359	375.544	1.5	87.463	403.648
Friuli V. Giulia	8.483	134.060	2.2	18.666	144.242
Liguria	14.212	61.689	3.1	44.265	91.742
Emilia-Romagna	37.469	423.335	2.0	76.254	462.120
TOSCANA	40.943	111.515	2.3	93.463	164.035
Umbria	6.137	9.581	2.1	12.987	16.431
Marche	13.049	110.133	1.6	21.242	118.326
Lazio	32.166	117.328	2.7	88.217	173.379
Abruzzo	7.450	46.789	2.6	19.730	59.070
Molise	0.743	7.533	6.7	4.939	11.730
Campania	19.146	139.673	2.6	50.113	170.641
Puglia	10.321	90.628	5.8	59.811	140.118
Basilicata	1.744	13.489	5.3	9.199	20.944
Calabria	8.155	86.464	6.0	48.882	127.192
Sicilia	14.575	61.570	3.8	55.362	102.358
Sardegna	10.531	112.368	3.9	40.663	142.500

Fonte: elaborazione su dati Istat

Si passa da un fattore correttivo dell'1.4 del Veneto ad uno del 6.5 della Calabria. Le presenze effettive potenziali della tabella sono state ottenute sommando alle presenze potenziali ufficiali la differenza tra le prime due colonne (ufficiali potenziali-ufficiali effettive).

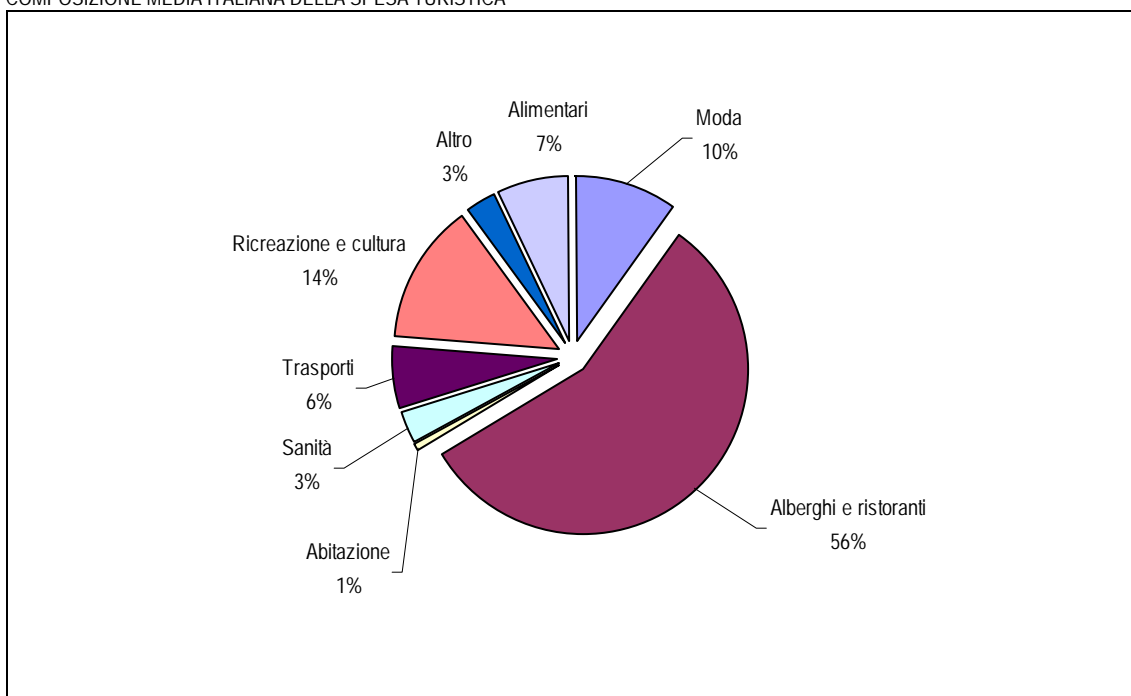
Dalle presenze effettive e presenze potenziali (di tabella 7) si passa ai dati di spesa, moltiplicandole per la spesa media procapite giornaliera stimata per il 2006

Tabella 8
SPESA DEI NON RESIDENTI EFFETTIVA E POTENZIALE

Regioni	presenze complessive		Spesa media giornaliera	consumi turistici (milioni)		quota sui consumi interni	
	effettive	potenziali		effettivi	potenziali	effettiva	potenziale
Piemonte	40.999	71.820	78	3186	5582	4.5%	7.6%
Valle d'Aosta	9.917	14.655	75	743	1099	27.8%	36.2%
Lombardia	82.921	175.293	113	9371	19810	6.0%	11.8%
Trento	55.460	70.471	71	3938	5003	20.9%	25.1%
Veneto	87.463	403.648	87	7566	34918	9.8%	33.5%
Friuli-V. Giulia	18.666	144.242	115	2143	16560	10.9%	48.6%
Liguria	44.265	91.742	88	3916	8117	14.1%	25.4%
Emilia-Romagna	76.254	462.120	72	5469	33143	7.3%	32.2%
Toscana	93.463	164.035	83	7801	13691	12.9%	20.7%
Umbria	12.987	16.431	62	805	1018	6.4%	8.0%
Marche	21.242	118.326	61	1286	7164	5.6%	24.8%
Lazio	88.217	173.379	102	9015	17717	10.1%	18.0%
Abruzzo	19.730	59.070	54	1061	3177	6.3%	16.8%
Molise	4.939	11.730	70	347	825	9.1%	19.2%
Campania	50.113	170.641	91	4567	15550	7.1%	20.7%
Puglia	59.811	140.118	58	3494	8186	7.6%	16.1%
Basilicata	9.199	20.944	59	544	1239	8.6%	17.6%
Calabria	48.882	127.192	52	2520	6556	10.7%	23.8%
Sicilia	55.362	102.358	78	4332	8009	7.4%	12.9%
Sardegna	40.663	142.500	64	2615	9165	12.5%	33.4%

Particolarmente utile in tabella 8 si può osservare la quota di consumi turistici sui consumi interni regionali che passa da un minimo del 4.5% del Piemonte ad un massimo del 27.8% della Valle d'Aosta. I consumi turistici complessivi (effettivi e potenziali) possono essere ripartiti in funzioni di spesa che descrivono la composizione di beni e servizi acquistati dai turisti come mostrato nel grafico 2.

Grafico 2
COMPOSIZIONE MEDIA ITALIANA DELLA SPESA TURISTICA



Fonte: elaborazione su dati ISTAT⁴

⁴ Per Calcolare la quota di spesa turistica per funzione di spesa sono state utilizzate congiuntamente l'indagine sui consumi delle famiglie residenti dell'Istat e i consumi interni delle famiglie della contabilità regionale dell'Istat. Per entrambe le fonti è possibile ripartire i consumi per dodici funzioni di spesa.

Oltre il 55% della spesa è destinata agli alberghi e ristoranti, segue la spesa per servizi ricreativi e culturali (14%), la spesa in vestiario e calzature (10%), in Alimentari (7%) ed in Trasporti (6%).

Per valutare l'impatto dei consumi turistici effettivi e potenziali è stato applicato a tale domanda un modello input-output multiregionale (Per la costruzione dei modelli input output regionali Casini Benvenuti S. – Paniccià R. 2003, per l'applicazione dei modelli input output alla spesa turistica si veda Manente M. 1999 e I). I consumi dei turisti mostrati in tabella 8 hanno sull'economia delle regioni i seguenti effetti aggregati.

Tabella 9
EFFETTI AGGREGATI DEI CONSUMI TURISTICI NEL 2006
I valori sono in milioni di euro se non diversamente indicato

Regioni	Presenze effettive totali (mln)	Spesa effettiva totale	Attivazione nella regione				Attivazione nel resto d'Italia			
			Pil	Import regionali	Import estere	Unità di lavoro	Pil	Import regionali	Import estere	Unità di lavoro
Piemonte	40.999	2349	1876	793	508	36	997	43	247	20
Valle d'Aosta	9.917	736	473	304	82	7	393	1	98	8
Lombardia	82.921	7269	5937	2219	1558	104	2769	297	665	60
Trentino A.A.	55.460	3860	2816	1512	486	55	1980	18	501	41
Veneto	87.463	6364	4962	2079	1396	93	2603	147	661	52
Friuli-V. Giulia	18.666	1863	1239	772	311	24	978	13	253	19
Liguria	44.265	3719	2779	1367	636	51	1782	21	464	35
Emilia-Romagna	76.254	4491	3280	1855	876	65	2350	132	571	48
TOSCANA	93.463	6343	5042	2334	1127	99	2984	112	775	60
Umbria	12.987	760	547	325	105	12	420	4	105	9
Marche	21.242	1120	789	494	182	17	638	10	157	13
Lazio	88.217	8172	7102	2880	1354	124	3765	209	954	81
Abruzzo	19.730	958	612	420	150	13	556	6	133	11
Molise	4.939	317	181	174	36	4	233	1	54	5
Campania	50.113	3595	3016	1424	568	66	1917	46	485	38
Puglia	59.811	2965	2310	1254	511	52	1683	34	401	34
Basilicata	9.199	526	319	280	73	7	375	2	87	8
Calabria	48.882	2356	1720	1107	262	39	1492	15	363	30
Sicilia	55.362	3514	3003	1415	517	68	1933	29	443	39
Sardegna	40.663	2305	1962	1033	240	43	1373	10	350	27
TOTALE	920.555	63583	49964	24038	10979	979	31222	1150	7764	638

Fonte: Risultati dall'applicazione del modello Input Output multiregionale dell'Irpet

In tabella 9 viene valutato l'effetto della spesa turistica effettiva (non di quella potenziale) sull'economia regionale. Può risultare comodo osservare il moltiplicatore di spesa ed addirittura il moltiplicatore di presenza ed infine l'elasticità sul PIL della presenza turistica complessiva.

La tabella 10 ci informa sugli effetti per singola presenza e permette di eseguire raffronti e stimare l'incidenza regionale del fenomeno turistico.

Il moltiplicatore di spesa è il classico moltiplicatore del pil ottenuto rapportando il pil attivato alla spesa turistica (moltiplicato per cento), la sua entità dipende dalla composizione di beni e servizi acquistati dai turisti nella regione e dagli scambi di beni e servizi tra le regioni (importazioni ed esportazioni interregionali) attivati dal turismo, potrebbe infatti accadere che una regione pur non avendo elevata specializzazione turistica produce molti beni e servizi che indirettamente servono all'attività turistica di altre regioni e vengono per questo domandati (si pensi alla produzione di attrezzature balneari o sciistiche, alla produzione di prodotti agroalimentari venduti poi agli esercizi alberghieri). Il moltiplicatore di spesa non è influenzato dal livello dei prezzi nella regione e neppure dal volume delle presenze, non è per questo un indice adatto a valutare quanto una regione sia turistica.

Tabella 10
INDICATORI RELATIVI DEGLI EFFETTI DI SPESA TURISTICA SUL PIL

Regioni	Moltiplicatore di spesa: Pil attivato per 100 euro di spesa turistica	Moltiplicatore di presenza: Pil attivato su presenza turistica	Quota di pil attivato dalla spesa turistica sul pil regionale complessivo	Elasticità: Variazione % del pil sulla variazione dell'1% delle presenze turistiche	Semielasticità: Variazione assoluta del pil sulla variazione dell'1% delle presenze turistiche
Piemonte	79.88	46	1.6%	0.02%	18.76
Valle d'Aosta	64.28	48	11.7%	0.12%	4.73
Lombardia	81.68	72	1.9%	0.02%	59.37
Trentino Alto Adige	72.95	51	9.1%	0.09%	28.16
Veneto	77.97	57	3.6%	0.04%	49.62
Friuli Venezia Giulia	66.51	66	3.6%	0.04%	12.39
Liguria	74.71	63	6.8%	0.07%	27.79
Emilia Romagna	73.03	43	2.5%	0.03%	32.80
TOSCANA	79.49	54	5.1%	0.05%	50.42
Umbria	71.98	42	2.7%	0.03%	5.47
Marche	70.46	37	2.0%	0.02%	7.89
Lazio	86.90	81	4.4%	0.04%	71.02
Abruzzo	63.88	31	2.3%	0.02%	6.12
Molise	57.19	37	3.0%	0.03%	1.81
Campania	83.88	60	3.2%	0.03%	30.16
Puglia	77.91	39	3.4%	0.03%	23.10
Basilicata	60.63	35	3.0%	0.03%	3.19
Calabria	72.99	35	5.3%	0.05%	17.20
Sicilia	85.44	54	3.6%	0.04%	30.03
Sardegna	85.12	48	6.0%	0.06%	19.62
ITALIA	78.58	54	3.4%	0.03%	499.64

Fonte: Risultati dall'applicazione del modello Input Output multiregionale dell'Irpet

Il moltiplicatore di presenza è strettamente legato all'attività turistica, indica quanto pil attiva un turista che rimane una notte nella regione. Su questo moltiplicatore, oltre alla composizione dei beni e servizi acquistati ed agli scambi interregionali conta anche il livello medio dei prezzi, non fornisce molte più indicazioni del moltiplicatore di spesa ma ha il vantaggio di indicare direttamente l'effetto marginale delle presenze turistiche: quanto pil in più si crea grazie ad un soggiorno aggiuntivo nella regione.

L'incidenza sul pil mostra effettivamente quanto sia elevata la vocazione turistica regionale, è il rapporto tra il pil attivato dalla spesa turistica ed il pil complessivo regionale, dipende sia dal volume di presenze che dalla spesa media giornaliera, ed anche dalla composizione dei consumi turistici. E' un indice che ha utilità se confrontato con i moltiplicatori di spesa sul valore aggiunto settoriale, per vedere quali settori effettivamente si avvantaggiano delle presenze turistiche. Si noterà come l'incidenza sul pil sia più elevata della quota di valore aggiunto del settore Alberghi e pubblici esercizi⁵, questo perché i consumi turistici hanno effetto anche su altri settori sia direttamente (commercio e trasporti) che indirettamente (industria alimentare, informatica, servizi alla persona, servizi immobiliari ecc.).

L'elasticità sul pil delle presenze turistiche ha una utilità nelle valutazioni congiunturali: indica il contributo di una variazione percentuale unitaria (dell'1%) delle presenze turistiche alla crescita del pil regionale. Il suo valore dipende sia dal moltiplicatore di presenza che dall'incidenza del turismo. Moltiplicando l'elasticità per la variazione percentuale delle presenze turistiche (che può essere più o meno diversa dall'1%) si ottiene la crescita del pil dovuta alla crescita turistica⁶.

Questo indice porta a risultati più affidabili quando non ci si allontana molto dall'anno in cui è stimato (il 2006) e quando la crescita di presenze non si allontana molto da 0.

La semi-elasticità sul PIL indica la variazione assoluta del PIL dovuta ad una variazione percentuale unitaria delle presenze turistiche,

⁵ spesso per misurare il peso del turismo sull'economia regionale si utilizza la quota di valore aggiunto di tale settore sul pil regionale

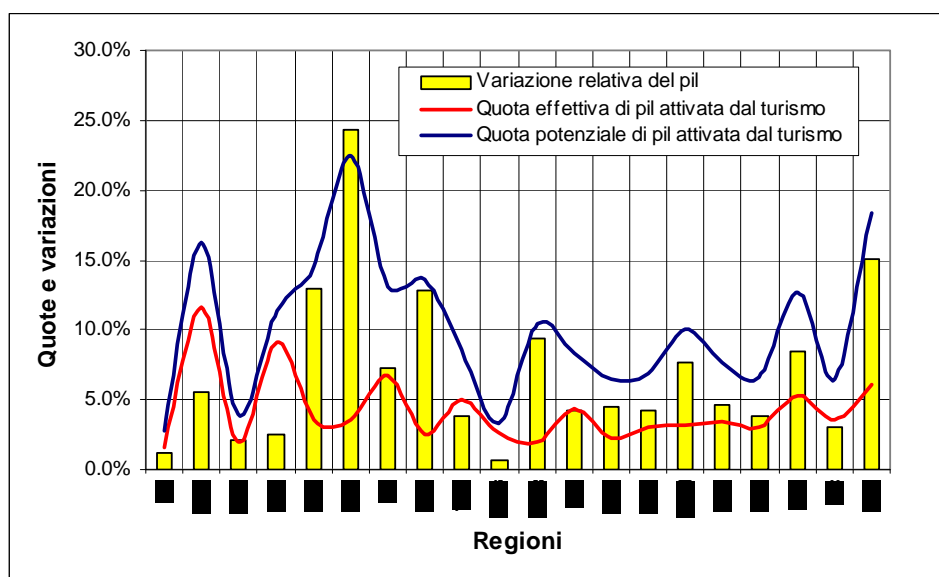
⁶ Se ad esempio in Italia le presenze crescono del 2.5%, questa variazione contribuirà alla crescita del pil per un valore pari allo 0.075% (ottenuto con il prodotto 2.5 x 0.03%).

7.

INCIDENZA ECONOMICA POTENZIALE DEL TURISMO NELLE REGIONI

Le valutazioni eseguite nel paragrafo precedente mostrano l'impatto dei consumi come realmente è avvenuto nel 2006, l'obiettivo del presente lavoro è però anche quello di mostrare l'effetto sull'economia se le presenze turistiche crescessero al livello massimo possibile. Per tale motivo è stato eseguito nuovamente il modello input-output multiregionale sui consumi potenziali piuttosto che quelli effettivi e si è osservato quanto questi incidano sul pil regionale. Per eseguire questa applicazione si è supposto che il resto del sistema economico non si modifichi a seguito di tali cambiamenti e che il valore aggiunto creato a seguito delle altre componenti di domanda risulti inalterato.

Grafico 3
IMPATTO EFFETTIVO E POTENZIALE SUL PIL REGIONALE



Fonte: Risultati dall'applicazione del modello Input Output multiregionale dell'Irpet

Le regioni che potrebbero incrementare maggiormente la propria quota di pil per un maggiore afflusso di turisti sono il Friuli Venezia Giulia, la Sardegna, il Veneto, l'Emilia Romagna e le Marche.

Il grafico 3 mostra quanto l'attività turistica incida sull'economia della regione, e quanto potrebbe incidere se venisse sfruttato il territorio regionale nella sua massima potenzialità. Gli istogrammi in giallo indicano quanto crescerebbe percentualmente il pil se le presenze turistiche aumentassero fino alla loro massima potenzialità, le superfici rossa e blu indicano invece rispettivamente la quota del pil regionale che effettivamente o potenzialmente è o potrebbe essere attivata dall'attività turistica.

La variazione relativa di pil permette di quantificare il gap tra situazione effettiva attuale e situazione potenziale.

8.

CONCLUSIONI

Occorre precisare che in termini di misurazione del peso turistico nelle regioni italiane la percentuale effettiva di pil attivato dal turismo rappresenta un buona valutazione di misura economica (prevalentemente economica e non sono considerati gli impatti su altri fenomeni legati all'ambiente ed agli aspetti sociali). La misurazione della potenzialità è invece un esercizio empirico di misurazione a cui è bene dare tale tipo di significato: la crescita di rilevanza del fenomeno turistico sull'economia delle regioni italiane si porterebbe dietro molti effetti che indirettamente inciderebbero sulla struttura economica delle regioni ed anche sul peso dei settori produttivi rispetto al prodotto interno lordo regionale.

BIBLIOGRAFIA

- Bagatta G., Perez M. (2003), "Metodologia e organizzazione dell'indagine multiscopo sulla domanda turistica. Viaggi e vacanze", dalla collana *Metodi e Norme* dell'Istat
- Casini Benvenuti S., Paniccià R. (2003), *A multi-regional input-output model for Italy*, IRPET, Firenze
- Costa P., Manente M. (2006), *Economia del turismo, Modelli di analisi e misura delle dimensioni economiche del turismo*, Touring University Press, Milano
- Costa P., Manente M., Minghetti V. (1996), "Tourism demand segmentation and consumption behaviour. An economic analysis" *Quaderni CISET*, 14/96, Lavoro presentato al Meeting TRC (Tourist Research Centre), Bergen, Norvegia
- Golinelli C.M., Tronfio M. (2007), *Sistemi Turistici Locali: limiti e possibilità di sviluppo nelle regioni italiane*, Franco Angeli, Milano
- Günlük-Senesen, G. & J. M. Bates (1988), "Some Experiments with Methods of Adjusting Unbalanced Data Matrices", *Journal of the Royal Statistical Society, Series A*, 141; 473-490
- Manente M. (1999), "Regional and inter-regional economic impacts of tourism consumption: methodology and the case of Italy", *Tourism economics*
- Novelli E., Occelli S. (2007) "Profili descrittivi di distribuzioni spaziali: alcune misure di diversificazione", *Cybergeo, Systèmes, Modélisation, Géostatistiques*, article 108
- Rosignoli S. (2008), *Approccio indiretto per la stima dei consumi turistici nelle regioni Italiane*, Paper non pubblicato, disponibile a richiesta all'indirizzo stefano.rosignoli@irpet.it
- Schneider, M. H., Zenios S. A. (1990), "A Comparative Study of Algorithms for Matrix Balancing", *Operations Research*, 38; 439-455
- Vaccaro G. (2007), *La statistica applicata al turismo. Analisi quantitativa del fenomeno turistico*, Hoepli, Milano