

# **TURISMO INTERNAZIONALE: LE REGIONI ITALIANE SONO ANCORA ATTRAENTI?**

**Andrea Giacomelli**

**IRPET**

Istituto  
Regionale  
Programmazione  
Economica  
Toscana



**IRPET**

Istituto  
Regionale  
Programmazione  
Economica  
Toscana

# **Turismo internazionale: le regioni italiane sono ancora attraenti?**

**ANDREA GIACOMELLI**

Firenze, 2003

## RINGRAZIAMENTI

Il presente contributo non sarebbe in alcun modo stato realizzabile senza l'indispensabile sostegno professionale ed emotivo di alcune persone straordinarie alle quali, senza ipocrisia, va il mio più sincero e sentito ringraziamento: dott. Lorenzo Bacci, dott. Stefano Casini Benvenuti, dott. Maurizio Grassini, dott.ssa Mara Manente.

L'allestimento editoriale del volume è stato curato da Elena Zangheri dell'IRPET.

Un grazie particolare va poi a Graziella Gangi: ogni pagina di questa ricerca riflette le sfumature di un lungo percorso apertosi nelle vie di questa città e che continua tuttora sul selciato di ogni città.

## INDICE

<i>Introduzione</i>	5
1. BREVE QUADRO DESCRITTIVO DEI FLUSSI TURISTICI INTERNAZIONALI NELLE REGIONI ITALIANE	7
2. LA TEORIA DELLA DOMANDA TURISTICA	11
2.1 Introduzione	11
2.2 Domanda di turismo e teoria neoclassica	12
2.3 Gli sviluppi nell'analisi della domanda turistica	15
3. LA PROPOSTA DI UN MODELLO DI STIMA DELLE PRESENZE TURISTICHE INTERNAZIONALI NELLE REGIONI ITALIANE	23
3.1 Introduzione	23
3.2 Le equazioni del modello	24
3.3 I risultati dell'analisi di regressione	31
4. STIME 2002: MODELLI DI PACE IN TEMPO DI GUERRA	49
4.1 Dalle partenze internazionali alle presenze regionali	49
4.2 Modelli "di pace" in tempo di guerra	51
5. CONCLUSIONI	55
BIBLIOGRAFIA	59



## *Introduzione*

Il comparto economico volto alla soddisfazione delle esigenze turistiche internazionali costituisce attualmente uno dei “settori” connotati, a livello mondiale, dalle dinamiche con maggior vivacità.

Al contrario di molti settori manifatturieri che mostrano sempre più spesso sintomi di saturazione dei rispettivi mercati, il comparto dei servizi turistici sembra infatti essere ben lontano da una simile situazione sperimentando altresì un costante incremento del proprio fatturato, tanto in termini assoluti quanto in termini relativi.

Nell’ambito delle diverse destinazioni mondiali l’Italia si presenta certamente come una delle realtà denotate dal maggior grado di attrattività: anche oggi, di fronte all’emergere di nuove mete turistiche di successo, la Penisola sembra riuscire a mantenere sostanzialmente inalterato il suo fascino detenendo al 2000 una quota pari al 5% degli arrivi turistici internazionali registrati a livello mondiale.

Così, se il valore aggiunto attivato in Italia dalla domanda turistica complessiva (italiana e straniera) ammonta nel 2000 a circa l’8% del valore aggiunto nazionale, i turisti internazionali contribuiscono a questo risultato con una quota pari a circa il 40% (Ghezzi, 2003).

Collocato all’interno di questo quadro generale, un’analisi che ambisca a comprendere le motivazioni profonde che spingono i residenti dei Paesi esteri ad optare per un soggiorno in Italia non appare dunque priva di rilevanza.

Tuttavia il presente contributo non si limiterà soltanto a cercare di comprendere le determinanti essenziali del turismo nella Penisola ma si spingerà a ricercare i fattori che influiscono sulla distribuzione dei medesimi fra le diverse realtà regionali che la compongono.

Se è vero che dal punto di vista strutturale le regioni meno turistiche corrispondono, con poche eccezioni, alle aree economicamente meno sviluppate del Paese, è anche vero che sono proprio queste ultime a far registrare, nell’ultimo decennio, i maggiori tassi di incremento delle presenze internazionali.

Un’analisi che miri a spiegare, tanto le motivazioni del quadro turistico strutturale, quanto quelle della sua evoluzione temporale, può quindi aiutare a comprendere se la situazione di recente dinamicità mostrata dalle aree meno conosciute del Paese possa presentarsi o meno, anche per gli anni a venire, quale prezioso

elemento di emancipazione dalla attuale situazione di arretratezza economica che caratterizza la maggioranza di quelle realtà.

La comprensione delle forze che determinano la struttura e l'evoluzione del turismo internazionale a livello regionale costituirà dunque il punto di arrivo ideale del presente contributo: per giungervi, sarà necessario percorrere cinque fondamentali passaggi logici, ognuno dei quali concretizzato in uno specifico capitolo.

Il primo passaggio consisterà in una breve analisi di tipo descrittivo del fenomeno turistico internazionale nelle diverse regioni italiane. Una volta descritto il fenomeno nella sua generalità sarà quindi necessario collocare il medesimo nell'ambito più generale della teoria economica al fine di esplicitarne le determinanti fondamentali: ciò costituirà l'oggetto di analisi del secondo capitolo. L'approccio comunemente utilizzato a tal fine si sostanzia generalmente teoria economica del consumatore. Partendo da un'analisi di stampo neoclassico (che individua in prezzi e reddito le determinanti di una qualsivoglia domanda), le evoluzioni più recenti della teoria del consumatore verranno in aiuto individuando ulteriori determinanti che influiscono in misura non secondaria sulla domanda turistica (qualità del prodotto, influenza di fattori geografici, culturali ecc.).

Lo studio delle relazioni teoriche che legano certe variabili all'entità e agli sviluppi della domanda turistica non posseggono valore in sé. Le relazioni evidenziate nel secondo capitolo necessitano di essere validate alla luce dell'effettività dei dati empirici. Fine essenziale del terzo capitolo sarà quindi quello di produrre una autonoma procedura di modellizzazione econometrica della domanda turistica internazionale rivolta alle regioni italiane. Fondata sul presupposto che l'opzione di una regione quale meta di soggiorno ponga il residente di un qualsivoglia Paese di fronte a un processo decisione composto da tre fondamentali stadi di scelta (andare o meno all'estero; andare in Italia piuttosto che in un altro Paese; andare in una regione italiana piuttosto che in un'altra), la modellizzazione complessiva risulterà dunque composta da tre distinte schematizzazioni ognuna delle quali riflettente un singolo stadio del processo suddetto. Così, mentre il primo modello cercherà di spiegare le determinanti della scelta di effettuare tour-court forme di turismo internazionale, il secondo cercherà di cogliere quante, delle partenze internazionali complessive, vengono indirizzate specificamente verso la Penisola; il terzo modello ambirà infine a delineare le determinanti che spiegano la distribuzione dei flussi turistici diretti in Italia fra le varie regioni che la compongono.

Nel capitolo conclusivo verrà infine effettuato un esercizio di stima delle presenze turistiche internazionali relativamente all'anno 2002: ciò consentirà fra l'altro di valutare se il nuovo contesto di insicurezza globale instauratosi a seguito dell'attentato terroristico alle torri gemelle abbia o meno influito sui flussi turistici internazionali rivolti alle regioni italiane.



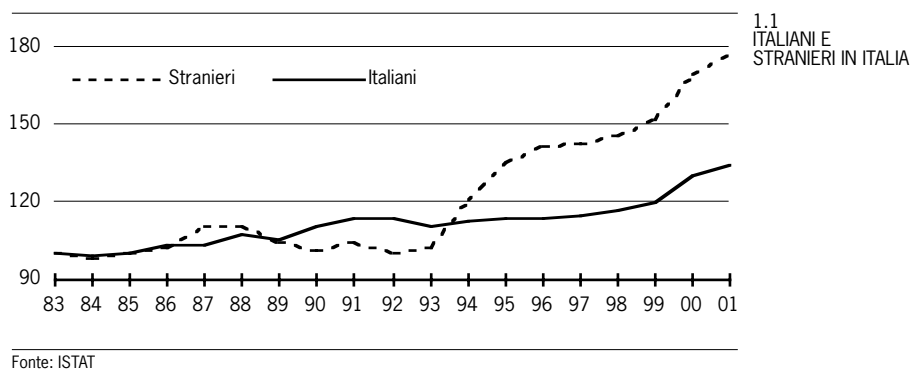
# 1. BREVE QUADRO DESCRITTIVO DEI FLUSSI TURISTICI INTERNAZIONALI NELLE REGIONI ITALIANE

Nell'ambito delle diverse destinazioni mondiali l'Italia si presenta certamente come una delle realtà denotate dal maggior grado di attrattività: anche oggi, di fronte all'emergere di nuove mete turistiche di successo, la Penisola sembra riuscire a mantenere sostanzialmente inalterato il suo fascino detenendo al 2000 una quota pari a ben il 5% degli arrivi turistici internazionali registrati a livello mondiale.

Se il valore aggiunto attivato in Italia dalla domanda turistica complessiva (italiana e straniera) ammonta nel 2000 a circa l'8% del totale nazionale, i turisti internazionali contribuiscono a questo risultato con una quota pari a circa il 40% (Ghezzi, 2003).

I dati inerenti la dinamica delle presenze turistiche registrate in Italia, unitamente alla considerazione dell'evoluzione dei flussi turistici a livello globale, sembrano lasciar intravedere la ragionevole possibilità di ulteriori incrementi nella quota di benessere nazionale attribuibile ai visitatori stranieri.

Infatti, mentre nel decennio trascorso le presenze turistiche dei residenti italiani hanno fatto registrare un incremento complessivo di circa il 20%, quelle degli stranieri sono aumentate di ben sessanta punti percentuali (Graf. 1.1).



Sulla base di un quadro turistico in cui, a livello mondiale, i residenti dei Paesi ricchi propendono con sempre maggiore decisione per viaggi caratterizzati da lunghe percorrenze a scapito di quelli diretti verso mete vicine (World Tourism Organisation, 2001), è quindi plausibile ipotizzare il proseguimento di quel processo di rimodulazione della configurazione

turistica italiana a favore dei visitatori internazionali.

Collocata all'interno di questo contesto generale, un'analisi che ambisca a comprendere le motivazioni profonde che spingono i residenti dei Paesi esteri ad optare per un soggiorno in Italia non appare dunque priva di rilevanza.

Tuttavia il presente contributo non si limiterà soltanto a cercare di comprendere le determinanti essenziali del turismo nella Penisola ma si spingerà a ricercare i fattori che influiscono sulla distribuzione dei medesimi fra le diverse realtà regionali che la compongono.

Se è vero che dal punto di vista strutturale le regioni meno turistiche corrispondono, con poche eccezioni, alle aree economicamente meno sviluppate del Paese (Tab. 1.2), è anche vero che sono proprio queste ultime a far registrare, nell'ultimo decennio, i maggiori tassi di incremento delle presenze internazionali.

1.2  
TURISTICITÀ\* DELLE  
REGIONI ITALIANE E  
SUA EVOLUZIONE  
NEL TEMPO

Regioni	1986	1991	1996	2001
Trentino A.A.	18,5	17,6	19,8	21,9
Veneto	4,1	4,0	5,7	7,4
Val d'Aosta	5,1	4,0	6,8	6,8
TOSCANA	2,1	2,4	3,9	5,1
Friuli V.G.	1,7	2,0	3,1	3,5
Lazio	1,2	1,5	2,2	2,9
Liguria	2,4	2,1	2,5	2,7
Umbria	1,3	1,3	1,8	2,4
Emilia R.	2,5	1,7	2,1	2,3
Campania	0,9	1,0	1,4	1,6
Sardegna	0,8	0,8	1,0	1,6
Marche	0,9	0,8	1,4	1,4
Lombardia	0,7	0,9	1,1	1,2
Sicilia	0,6	0,6	0,8	1,1
Piemonte	0,5	0,5	0,7	0,9
Abruzzo	0,5	0,5	0,6	0,8
Calabria	0,1	0,1	0,1	0,4
Basilicata	0,1	0,2	0,2	0,4
Puglia	0,2	0,2	0,2	0,3
Molise	0,1	0,1	0,2	0,2

Fonte: ISTAT

\* Per turisticità regionale si intende riferirsi all'indicatore che denota le presenze pro capite

Basandosi sul livello di presenze pro capite è possibile valutare in modo abbastanza corretto la turisticità delle singole regioni italiane e tentarne conseguentemente una classificazione.

Classificando quali altamente turistiche le regioni con più di due presenze pro capite, si nota innanzitutto come di questa categoria facciano parte tutte le cinque realtà del Nord Est. Il quadro delle regioni ad alto tasso di turisticità si arricchisce con l'inclusione di tre delle quattro realtà del Centro, ovvero Toscana, Umbria e Lazio. Infine, le realtà regionali del Nord Ovest a rientrare in questo raggruppamento risultano Liguria e Val d'Aosta.

È quindi possibile delineare come mediamente turistiche le

regioni in cui si registri almeno una presenza pro capite annuale. In questa categoria rientrano, oltre alle due Isole maggiori, per il Nord Ovest la Lombardia, per il Centro le Marche, per il Sud la Campania.

Infine, fra le regioni meno turistiche d'Italia (meno di una presenza pro capite all'anno) rientrano le rimanenti aree del Sud ed il Piemonte.

Se si tentasse di ripetere lo stesso criterio di classificazione con l'anno 1986 anziché con il 2001 il quadro resterebbe sostanzialmente immutato: l'incremento di presenze turistiche verificatosi, come evidenziato nella tabella 1.2, in tutte le realtà territoriali italiane (eccezion fatta per l'Emilia-Romagna la quale risente ancor oggi delle conseguenze del fenomeno mucillaggine del 1989) non intacca sostanzialmente, visti gli elevati differenziali di turisticità infra-regionale, il quadro strutturale del turismo straniero in Italia.

L'Italia "turistica" (denotata d'ora innanzi dall'acronimo T1°) oltre a comprendere Valle d'Aosta e Liguria, si concentra nelle regioni del Centro e in quelle del Nord Est. Si tratta nel complesso di quelle aree geograficamente più prossime ai Paesi dai quali partono i maggiori flussi turistici diretti verso l'Italia, di quelle aree dove si concentra buona parte delle reti infrastrutturali più efficienti del Paese, di quelle che ospitano tre fra le città d'arte più famose al mondo (Firenze, Roma, Venezia), di quelle dove la varietà delle risorse ambientali apre spazio all'esercizio di diverse forme di turismo (dal balneare, al rurale, al montano, al turismo d'arte e a quello di affari), ovvero di quelle in cui l'unicità delle caratteristiche ambientali ben si presta forte specializzazione in uno specifico segmento di vacanza, di quelle infine, in cui l'imprenditorialità turistica si presenta con una dotazione ricettiva quantitativamente e qualitativamente adeguata.

A questo gruppo di regioni si affianca un area mediamente turistica (denotata d'ora in poi dall'acronimo T2°) che consta di realtà molto più disomogenee fra loro. Accanato alle due Isole maggiori, caratterizzate da un turismo prevalentemente balneare e denotate, a dispetto della estrema varietà delle tipologie turistiche ivi esercitabili (soprattutto per quanto attiene alla Sicilia), dalla difficoltà di attuare un turismo che riesca a diluirsi maggiormente nell'arco temporale annuale, sono presenti sia una realtà turistica (assimilabile dal punto di vista ambientale alle altre regioni centrali) quale le Marche, sia una regione fortemente industriale quale la Lombardia, sia la tradizionale meta turistica del Mezzogiorno, ovvero la Campania.

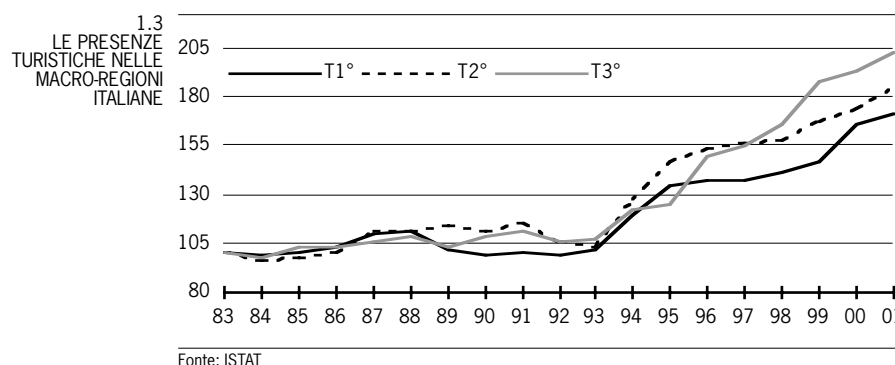
L'area a più bassa turisticità (denotata in seguito dall'acronimo T3°), oltre all'altra grande regione industriale (Piemonte), comprende tutte le rimanenti aree del Sud. Se dal punto di vista ambientale questo gruppo di regioni possiede certamente tutte le potenzialità per ottenere livelli di turisticità maggiori di quelli attuali, difficoltà oggettive di natura geografica (lonta-

nanza dai principali mercati di origine dei flussi turistici), difficoltà economiche strutturali (quali la mancanza di una classe e di una cultura imprenditoriale radicata) e la presenza dei noti problemi di criminalità non hanno ad oggi consentito ancora a queste realtà di usufruire del turismo quale vero e proprio volano delle rispettive economie locali.

Stante questo dato di fondo, gli ultimi anni sembrano tuttavia presentare novità fortemente incoraggianti per le regioni meno turistiche della Penisola.

Nonostante il grande dislivello iniziale fra le macro-aree non lasci intravedere, nell'arco temporale considerato, sostanziali modifiche dell'equilibrio turistico strutturale, un'analisi più attenta delle serie storiche mostra contemporaneamente tassi di incremento delle presenze superiori per le regioni meno conosciute rispetto a quelli fatti registrare nelle località più sviluppate.

Riorganizzando i dati secondo la linea di classificazione evidenziata, la dinamica che emerge è quella riportata nel grafico 1.3.



A fronte di un decennio di sostanziale stabilità (1983-1992), l'impulso svalutativo di fine '92 si offre all'Italia quale inattesa e benefica vetrina promozionale per il rilancio della propria visibilità turistica. A beneficiare maggiormente di questo rilancio, che per tutte e tre le aree si trasforma in vero e proprio processo di consolidamento, sono soprattutto le due macro-regioni meno turisticizzate (T2° e T3°) con ed in particolar modo quella meno turistica (T3°) che, in meno di un decennio (dal 1993 al 2001) vede addirittura raddoppiare le presenze internazionali.

Un'analisi multiregionale che miri a spiegare, tanto le motivazioni del quadro turistico strutturale, quanto quelle della sua evoluzione temporale, può quindi aiutare a comprendere se la situazione di recente dinamicità mostrata dalle aree meno conosciute e sviluppate del Paese possa presentarsi o meno, anche per gli anni a venire, quale prezioso elemento di emancipazione dalla attuale situazione di arretratezza economica che caratterizza la maggioranza di quelle realtà.

## 2. LA TEORIA DELLA DOMANDA TURISTICA

### 2.1 Introduzione

L'aver individuato nella comprensione delle determinanti dei flussi turistici internazionali rivolti alle diverse realtà regionali italiane il focus analitico del presente contributo conduce naturalmente a ricercare le motivazioni profonde che spingono gruppi di individui sufficientemente omogenei verso esperienze turistiche definite. La struttura teorica comunemente utilizzata per inquadrare il comportamento turistico è senza dubbio la teoria neoclassica del consumatore; essa mostra come, sotto determinate ipotesi riferite al comportamento del consumatore e ai beni oggetto di valutazione, l'acquisto di un determinato prodotto sia il risultato di un preciso processo di scelta che induce l'individuo a optare per quello specifico bene anziché per un altro.

Le determinanti che la teoria neoclassica tradizionale propone sono essenzialmente le due variabili economiche per eccellenza, ovvero il reddito e i prezzi. Come sarà mostrato in seguito, non è possibile immaginare nessun modello di stima della domanda turistica che escluda queste due variabili quali determinanti fondamentali della medesima. Tuttavia molto spesso, l'affidarsi a variabili esclusivamente economiche non basta: tanto la scelta di fare o meno turismo, quanto la scelta della località/tipologia di vacanza, dipende spesso da fattori profondamente attinenti all'interazione esistente fra l'individuo e la società in cui egli si trova a vivere e a operare. Questi fattori spesso deviano più o meno fortemente dall'impostazione teorica neoclassica sulla scelta del consumatore e devono quindi essere integrati nell'analisi del suo comportamento pena la mancata o parziale comprensione del fenomeno socio-economico sotto analisi. Anche in questo caso gli sviluppi più recenti della teoria economica forniscono strumenti teorici appropriati all'integrazione suddetta giungendo a considerare fattori quali le caratteristiche qualitative dei prodotti, la razionalità limitata dell'individuo, ecc..

Il presente capitolo, coniugando le indicazioni fornite dalla teoria neoclassica del consumatore con quelle scaturenti dalle più recenti evoluzioni della teoria della domanda turistica cercherà quindi di fornire un quadro abbastanza ampio delle principali determinanti del fenomeno turistico e delle interazioni più significative fra le medesime.

## 2.2

### Domanda di turismo e teoria neoclassica

Il modello tradizionale della teoria neoclassica del consumatore stima una funzione di domanda per qualsiasi prodotto a partire da alcuni postulati relativamente ai beni e ai soggetti sotto analisi.

Relativamente ai beni il postulato base è quello della loro omogeneità: esso implica che ogni prodotto possa essere indifferentemente sostituito con un altro visto che la funzione esclusiva di ogni bene è quella di fornire utilità all'individuo. Nel caso specifico si ipotizza quindi che il bene turismo sia indifferentemente sostituibile con gli altri tipi di beni non turistici, oltre al fatto che i diversi tipi di turismo siano indifferentemente sostituibili fra loro.

Relativamente agli individui, il postulato base è quello della razionalità: l'individuo, nel suo processo di scelta, sceglierà quel paniere che gli consente di massimizzare la propria utilità, compatibilmente con il vincolo di bilancio. Nel caso specifico, ciò equivale a sostenere l'assenza di elementi di irrazionalità nel processo di scelta del consumatore-turista.

Sempre relativamente agli individui, viene postulato un dato ordinamento delle preferenze, ovvero uno schema concettuale che consente loro di classificare ordinatamente l'insieme di panieri esistenti; esso poggia, per la sua costruzione, su quattro semplici proprietà:

- *completezza*: l'individuo è in grado di classificare aprioristicamente l'utilità ottenibile attraverso l'utilizzo di qualsiasi paniere di beni esistenti (ipotesi particolarmente forte riguardo al bene turismo che, per sua natura, è il tipico esempio di *experience good*, ovvero di bene la cui valutazione è possibile in maniera esaustiva soltanto dopo l'uso);
- *transitività*: l'ordinamento di preferenze transitivo implica che se il paniere A è preferito al paniere B e se B è preferito a C, allora A sarà preferito anche a C (lo stesso dicasi per il caso di indifferenza);
- *non sazietà*: una quantità maggiore di bene è sempre preferita ad una quantità minore;
- *saggio marginale di sostituzione decrescente*: l'utilità marginale fornita da un'unità aggiuntiva di un determinato bene decresce al crescere della quantità posseduta del bene medesimo.

Attraverso queste quattro semplici proprietà, è possibile giungere alla raffigurazione del classico ordinamento di preferenze, ovvero, alla rappresentazione della funzione di utilità. Il problema di scelta dell'individuo si riduce quindi a una massimizzazione vincolata della funzione di utilità (Frank, 1992):

$$\text{MAX } U = f(q)$$

sotto il vincolo:

$$pq \leq y$$

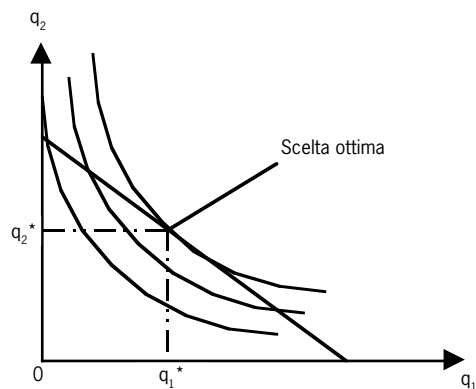
dove:

$q$  = vettore degli  $n$  beni

$p$  = vettore degli  $n$  prezzi

$y$  = reddito disponibile

Ipotizzando un processo di scelta che includa la presenza di due soli beni (sia essa la scelta fra turismo e bene non turistico, ovvero la scelta fra prodotti turistici alternativi), la soluzione grafica del problema è rappresentata dal punto di tangenza fra il vincolo di bilancio e una determinata curva di indifferenza (Graf. 2.1).



2.1  
LA SCELTA OTTIMA  
DEL CONSUMATORE

La teoria neoclassica tradizionale, dopo aver fornito il quadro concettuale nel quale si colloca il processo di scelta dell'individuo, indica successivamente i meccanismi che regolano la variazione della domanda al variare delle sue determinanti fondamentali: reddito e prezzi.

Immaginando sempre il caso di due soli beni (almeno uno dei quali raffiguranti il bene turismo), possiamo definire la domanda di turismo come funzione del reddito disponibile, del prezzo del bene turistico e del prezzo dell'altro bene (sia esso turistico o meno):

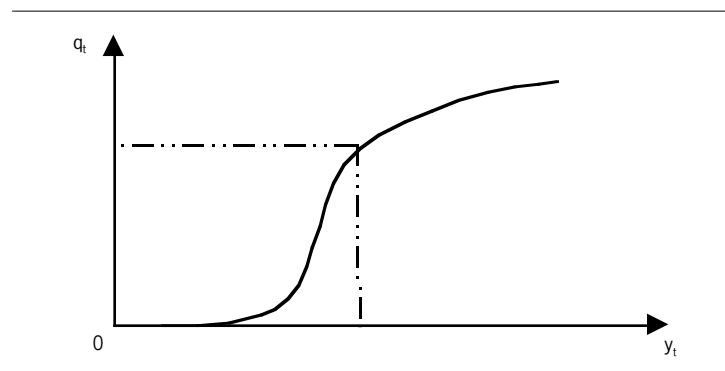
$$q_t = f(y, p_t, p_i)$$

Iniziando con l'esaminare la variabile reddito si ritiene normalmente che ad un aumento di quest'ultimo la domanda di un bene tenda ad incrementare. All'interno del quadro fornito da questa regola, generalmente valida per ogni bene c.d. "normale", vi saranno poi delle distinzioni relativamente all'entità dell'aumento nella quantità domandata rispetto al variare del reddito. Si ritiene infatti generalmente che l'elasticità della domanda rispetto al reddito risulti inferiore ad uno per i beni di prima necessità e superiore ad uno per i beni di comfort ovvero di lusso (con elasticità progressivamente superiori). Il turismo,

in generale, è ritenuto parte della categoria dei beni di comfort, per cui è lecito attendersi (e molte analisi econometriche lo confermano) coefficienti di elasticità superiori all'unità. Vi è tuttavia una tipologia di beni, i c.d. "beni inferiori", in cui la caratteristica dell'essere prodotti consumati da soggetti a basso reddito, comporta la presenza di una elasticità-reddito di segno negativo. Anche se a prima vista può sembrare difficile applicare al turismo questa definizione, spostando l'ottica sul terreno della disaggregazione dei vari "modi di far turismo", è possibile osservare come certi modelli di turismo (generalmente quelli a più basso costo) possano anche assumere una tale caratterizzazione: la pressoché totale scomparsa degli esercizi ricettivi ad una stella dal panorama dell'offerta ricettiva, mostra infatti come, in un processo di crescita generalizzata del reddito disponibile, quel determinato tipo di vacanza abbia effettivamente assunto la caratteristica di bene inferiore.

La relazione fra reddito e consumo del bene turismo, la c.d. curva di Engel, sembra quindi assumere la forma evidenziata nel grafico 2.2. Una volta soddisfatti i bisogni necessari, successivi incrementi di reddito portano ad una crescita più che proporzionale della domanda turistica. Continui incrementi di reddito, fanno tuttavia rallentare il tasso di crescita del fenomeno: visto in un'ottica di lungo periodo (ponendo sull'asse delle ascisse la categoria del reddito disponibile pro capite al variare del tempo) il turismo si trasforma cioè in fenomeno di massa sino quasi a giungere alla caratterizzazione concettuale di bene di prima necessità. È addirittura ipotizzabile che in un prossimo futuro, di fronte a un rinnovarsi ed ampliarsi dei bisogni individuali, il bene turismo possa addirittura assumere la qualifica di bene inferiore, anche se al tempo presente, rispetto al fenomeno nella sua generalità, ciò appare ancora inverosimile.

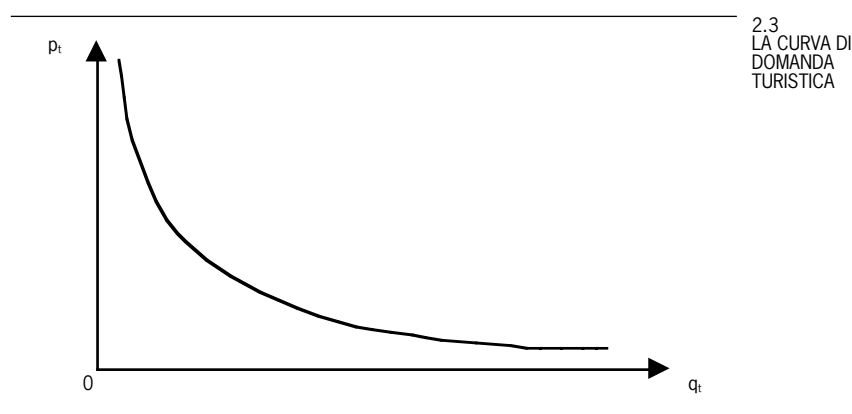
2.2  
LA CURVA DI ENGEL  
PER IL BENE  
TURISMO



Passando ad analizzare il rapporto fra domanda di bene turismo e prezzo del medesimo, la teoria neoclassica fornisce il principio base secondo il quale, al variare del prezzo di un bene, la quantità domandata varierà nel senso opposto. "Sono tutta-



via frequenti i casi in cui il bene turismo è un bene di lusso e perciò la sua domanda è generalmente insensibile a variazioni di prezzo, come non va dimenticato l'effetto Veblen<sup>1</sup> (ovvero i casi in cui l'aumento di prezzo di un bene viene interpretato come segnale di incremento di qualità ciò che comporta un incremento anziché una diminuzione nelle quantità domandate). In linea generale quindi, come per qualsiasi bene, la relazione fra domanda e prezzo del bene turismo potrà essere espressa dall'usuale curva decrescente (Graf. 2.3).



Infine, rispetto al prezzo degli altri beni (beni turistici o beni qualsiasi), ovvero considerando l'elasticità incrociata:

- se  $q_t$  e  $q_i$  sono sostituibili (caso generale), la domanda turistica aumenterà all'aumentare del prezzo di  $q_i$  (si pensi al rapporto fra prezzo del turismo e prezzo delle attività alternative rispetto all'utilizzo del tempo libero);
- se  $q_t$  e  $q_i$  sono complementari allora  $q_t$  diminuirà all'aumentare del prezzo di  $q_i$  (si pensi come un incremento nel prezzo del viaggio<sup>2</sup> possa far diminuire la quantità di alloggio acquistato in termini di giornate di presenza);
- se  $q_t$  e  $q_i$  sono indipendenti, un aumento del prezzo di  $q_i$  lascerà invariata la quantità di  $q_t$  acquistata (nel qual caso tuttavia,  $p_i$  non entrerà fra le variabili esplicative di  $q_t$ ).

## 2.3 Gli sviluppi nell'analisi della domanda turistica

La teoria neoclassica, nella sua semplicità, risulta molto utile per una prima comprensione delle determinanti fondamentali che guidano il processo di scelta del turista. Tuttavia, i postulati sui quali essa si basa, se da un lato consentono una facile

<sup>1</sup> Costa, Manente, 2000.

<sup>2</sup> Ad esempio un aumento del prezzo del carburante.

schematizzazione del fenomeno, dall'altro non consentono di averne una visione propriamente attinente alla realtà. Importantissime determinanti della domanda turistica, quali il livello qualitativo delle destinazioni, la localizzazione geografica delle medesime, il processo di formazione delle abitudini, il fenomeno di interdipendenza spaziale e temporale fra gli individui, ecc. sono escluse dalla teoria tradizionale proprio attraverso quei postulati teorici di fondo che la rendono tanto utile quanto insufficiente.

Lungi dall'essere state specificamente elaborate per l'analisi della domanda turistica, alcuni degli sviluppi della teoria del consumatore, ponendo propriamente in discussione l'aderenza alla realtà di alcuni di quei postulati e fornendo soluzioni interpretative adeguate, risultano di imprescindibile utilità per comprendere meglio anche il fenomeno oggetto di studio in questo lavoro.

*La teoria del  
consumo di  
Lancaster*

Uno dei postulati della teoria neoclassica che, ai fini della comprensione della domanda turistica sembra necessario dover rimuovere è il principio di omogeneità dei beni (sia dei beni turistici fra loro sia, a maggior ragione, dei beni turistici rispetto a quelli non turistici). Dire che due beni sono omogenei significa sostanzialmente sostenere essi concorrono egualmente a soddisfare il medesimo ed unico "bisogno economico" dell'individuo: il "bisogno" di utilità. L'aver rinunciato alla diversificazione dei bisogni dell'individuo e l'aver quindi costruito una corrispondenza biunivoca fra bisogni e beni ha consentito alla teoria neoclassica di specificare la struttura preferenziale dell'individuo direttamente sullo spazio dei beni. Ma è possibile che il bene "generi alimentari" soddisfi lo stesso bisogno che soddisfa il bene "turismo"? È possibile che una "settimana bianca" soddisfi lo stesso bisogno che soddisfa un Safari in Africa?

In realtà "i gusti, un dato per ogni individuo, non sono preferenze definite su collezioni di beni specifici ma preferenze di ordine superiore definite su obiettivi da raggiungere grazie al consumo di beni" (Cantalupi, 1988, pag. 17). La soluzione proposta da Lancaster per considerare la differenziazione fra i bisogni individuali è quella di proporre lo schema della massimizzazione dell'utilità nello spazio delle caratteristiche<sup>3</sup> anziché dei beni.

Definendo con "z" il vettore delle caratteristiche/bisogni che l'individuo vuol soddisfare, il problema di massimizzazione dell'utilità diviene:

$$\text{MAX } U = f(z)$$

con

$$z = f(x) = Wx$$

<sup>3</sup> Qui è stata utilizzata una versione semplificata della teoria di Lancaster dove bisogni e caratteristiche sono tranquillamente utilizzabili quali sinonimi.

sotto il vincolo:

$$xp \leq y$$

dove:

$z$  = vettore dei bisogni

$x$  = vettore dei beni

$W$  = matrice della tecnologia del consumo

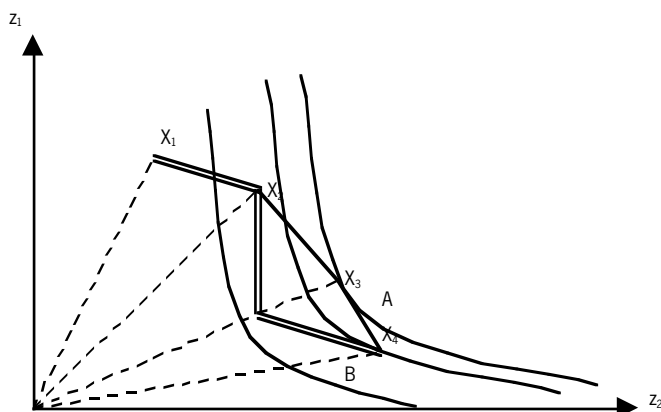
$p$  = vettore dei prezzi

$y$  = reddito disponibile

La matrice della tecnologia del consumo descrive il processo secondo il quale i beni acquistati soddisfano esigenze diversificate degli individui. Ogni suo elemento  $w_{ij}$  descrive quindi la "quantità" di caratteristica "i" contenuta in una singola unità di bene "j". L'utilizzo del concetto della tecnologia del consumo pone quindi l'assunzione secondo la quale ogni bene può possedere più di una caratteristica (può cioè soddisfare più di un bisogno individuale) e ogni caratteristica può essere posseduta da più beni.

Ecco che l'elemento qualità entra a far parte a pieno titolo del concetto di turismo: l'ammontare di  $z_i$  che io sarò in grado di ottenere da ciascun bene  $x_i$  dipenderà, a parità di reddito e prezzi di  $x_i$  da mutamenti oggettivi (o percepiti tali soggettivamente) nella quantità di caratteristica  $z_i$  che  $x_i$  include in sé. Mutamenti nel reddito o nei prezzi produrranno in questa teoria i medesimi effetti che producevano nella teoria tradizionale.

Ponendo l'ipotesi dell'esistenza esclusiva di due caratteristiche e ponendo altresì l'ipotesi di quattro beni atti a soddisfare le medesime, è possibile delineare una sorta di vincolo di bilancio (c.d. "frontiera di efficienza del consumo"). Esso è costituito dalla spezzata che congiunge i punti  $x_1, \dots, x_4$  ciascuno dei quali delinea le quantità massime acquistabili delle caratteristiche ( $z_1, z_2$ ) ottenibili spendendo tutto il mio reddito in un singolo bene. Date le tradizionali curve di indifferenza, l'individuo sceglierà quindi secondo il medesimo principio delineato dalla teoria neoclassica tradizionale (Graf. 2.4).



2.4  
LA TEORIA DEL  
CONSUMO DI  
LANCASTER

Lo spostamento del punto di ottimo evidenziato nel grafico 2.4 potrà quindi essere dovuto indifferentemente a un aumento del prezzo del bene  $x_3$  o a una riduzione della sua qualità (oggettiva o percepita tale soggettivamente). Questo modello presenta inoltre un altro importante vantaggio ovvero quello di riflettere il dato essenziale della società moderna in cui generalmente il numero dei beni è superiore a quello delle caratteristiche che essi soddisfano: attraverso questo modello si rende quindi agevole la valutazione degli effetti scaturenti dall'introduzione di nuovi prodotti sul mercato.

Successivi sviluppi della teoria del consumatore lungo la linea teorica della differenziazione dei bisogni sono quelli delineati da Ironmorgner (Cantalupi, 1988): non solo i bisogni individuali sono differenziati fra loro ma risultano anche graduati secondo un ordinamento c.d. "lessicografico" di preferenza: un individuo spenderà il proprio reddito partendo dalla soddisfazione prioritaria dei bisogni primari e procedendo nella soddisfazione dei bisogni via via meno necessari. È quindi indispensabile applicare correttamente lo schema di Lancaster per evitare di confrontare fra loro beni posti a livelli non confrontabili rispetto all'ordinamento lessicografico delle preferenze individuali.

*La teoria della  
scelta  
direzionale*

Proseguendo questo percorso di "allineamento" alla realtà, risulta indispensabile valutare l'effettiva congruenza con la medesima del principio di razionalità dell'individuo, concretizzato nella teoria economica dal principio di massimizzazione dell'utilità. Questa nozione "richiede di essere sostituita o almeno completata con altre considerazioni" (Agliardi, 1988). Quando il turista sceglie quale sarà la sua destinazione di vacanza (ma in parte anche quando sceglie se fare o meno turismo), almeno tre fattori devono essere presi in considerazione:

- la destinazione turistica risulta profondamente influenzata dal processo di formazione delle abitudini: la storia passata (anche in virtù del carattere di *experience good* del bene turismo), influisce profondamente sulle scelte presenti: l'allontanamento (inteso sia in termini geografici sia come specifica tipologia di vacanza) da mete turistiche conosciute ed apprezzate in passato implica una sorta di "salto nel buio" che l'individuo tradizionalmente avverso al rischio tende naturalmente ad evitare o a smorzare attraverso la scelta di destinazioni che non si allontanino troppo dalle scelte effettuate nei periodi precedenti;
- la razionalità individuale viene smorzata non solo dall'influenza del fattore tempo, ma anche dalla presenza di gruppi sociali di riferimento percepiti tali da ogni individuo. Considerazioni di status sociale portano cioè l'individuo a optare più facilmente per quelle destinazioni percepite quali "ambito naturale di vacanza" dal proprio gruppo di riferimento;

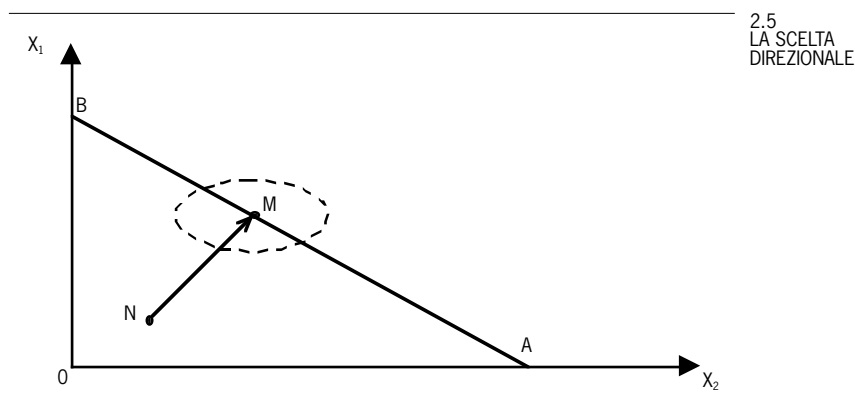
- anche prescindendo da entrambi i fattori di cui sopra, l'individuo non dispone di tutte le informazioni necessarie per valutare l'utilità derivante da ogni singolo pacchetto-vacanza per cui in ogni caso, anche considerando soltanto questo aspetto, il principio di razionalità ne verrebbe inevitabilmente indebolito.

La teoria economica della scelta direzionale<sup>4</sup>, basata sul concetto di preferenza locale, permette di incorporare gli aspetti di cui sopra e consente inoltre evidenziare, oltre alla posizione attuale raggiunta dal soggetto, anche il "percorso di avvicinamento" alla medesima.

Nell'approccio della scelta direzionale si suppone quindi l'esistenza di un sistema di *preferenze locali*: l'individuo è capace di esprimere le proprie valutazioni di preferenza solo in prossimità<sup>5</sup> di ciascun punto all'interno dello spazio dei beni e risulta quindi pienamente plausibile che le scelte individuali possano variare spostandosi da un punto ad un altro all'interno di questo spazio.

Partendo da un qualsiasi punto nello spazio dei beni l'individuo si muoverà dunque nella direzione preferita date le sue preferenze locali e compatibilmente con il suo vincolo di bilancio: nella teoria tradizionale "la scelta dell'individuo è analoga a quella dell'uccello che, dopo aver ispezionato dall'alto un vasto appezzamento di terreno si cala direttamente sul punto maggiormente preferito"; nella teoria direzionale "la scelta del soggetto è piuttosto simile a quella di un verme che, da una posizione qualsiasi, sceglie una direzione e si muove lungo di essa" (Agliardi, 1988, pag. 42).

Dal punto di vista grafico (Graf. 2.5), ipotizzando l'esistenza di due soli beni, di un punto di partenza qualsiasi (N) e di un insieme di preferenze locali (definite da una circonferenza attorno al punto M), allora:



<sup>4</sup> Elaborata da Georgescu Roegen nel 1936.

<sup>5</sup> Dove per "prossimità" si intende riferirsi ad un concetto ampio che rifletta le tre considerazioni richiamate sopra.

- qualsiasi direzione NM sarà una direzione di preferenza;
- qualsiasi direzione MN sarà una direzione di non preferenza;
- qualsiasi direzione MA o MB, essendo fuori dal sistema locale di preferenze individuali, sarà una direzione di non preferenza.

Il consumatore quindi, partendo da un qualsiasi punto N si muove verso il punto di saturazione (cioè sulla retta di bilancio) preferito in termini delle sue preferenze locali.

Questa impostazione riesce dunque a definire il processo di scelta dell'individuo pur uscendo dall'apparato formale che contraddistingue la massimizzazione delle funzioni di utilità (è facile notare come ad esempio i postulati della completezza, della non sazietà e, attraverso il richiamo ad uno specifico contesto di scelta, della transitività, sono lasciati cadere).

Il contesto di analisi posto da questa teoria riesce dunque a integrare quella tradizionale giungendo a considerare anche aspetti che essa trascurava completamente e che sono di rilevanza fondamentale per la comprensione del fenomeno turistico: l'importanza della definizione del punto di partenza per la definizione del percorso di preferenza, il processo di formazione "endogeno" delle preferenze (preferenze influenzate dalle esperienze passate e dal gruppo sociale di riferimento), l'influenza del fattore geografico per la scelta.

*Il ciclo di vita  
del prodotto  
turistico (tplc)*

Prima di concludere questo capitolo, sembra opportuno richiamare brevemente un ulteriore approccio teorico che, pur non rientrando esplicitamente nell'ambito della teoria del consumatore, può consentire di rintracciare altre importanti determinanti della domanda turistica. Si intende riferirsi all'impostazione teorica del ciclo di vita del prodotto (PLC): essa, applicata al fenomeno turistico, possiede il grande merito di far luce sul concetto di evoluzione delle presenze verso una determinata area geografica includendo determinanti da offerta in aggiunta a quelle da domanda.

Il concetto PLC è stato inizialmente elaborato per esplicitare le risposte da dare, in termini di strategie di marketing, rispetto al susseguirsi delle fasi di vita di un prodotto. Si suppone cioè che la dinamica delle vendite di un bene si suddivida in una serie di fasi standardizzate che si alternano con regolarità rispetto allo scorrere del tempo.

Rispetto alle destinazioni turistiche, questa teoria è stata adattata per delineare l'evoluzione delle presenze in relazione a una determinata area geografica. Si sostiene cioè che le fasi della vita di una determinata località siano suddivisibili come segue:

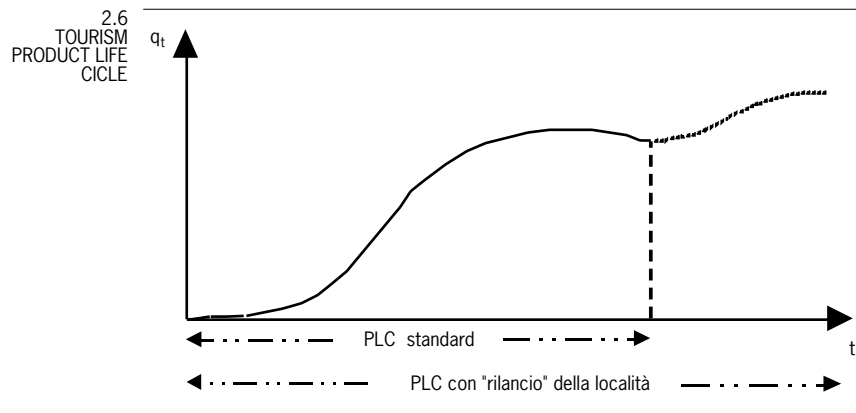
- *scoperta/coinvolgimento*: i primi visitatori giungono nella località, non ancora turistica, spinti dal desiderio di scoprire nuove mete. Man mano che questo flusso (sospinto da canali promozionali non convenzionali) incrementa, si giunge al fenomeno di coinvolgimento delle popolazioni locali,

in un primo momento impegnate a fornire i servizi essenziali per i visitatori e in un secondo momento a promuovere iniziative promozionali volte all'incremento del flusso turistico. Si comincia inoltre ad esercitare una qualche pressione sulle autorità affinché provvedano alle infrastrutture essenziali per l'accoglimento dei visitatori;

- *sviluppo*: l'incremento dei visitatori crea una vera e propria stagione turistica all'interno dell'area considerata durante la quale le presenze possono anche eccedere il numero di residenti. L'organizzazione dell'offerta ricettiva comincia a passare nelle mani di operatori turistici di professione e il volto stesso del turismo comincia a mutare. Per evitare fenomeni di sovrasfruttamento delle risorse un intervento pubblico di pianificazione e controllo si rende necessario;
- *consolidamento*: il tasso di incremento di visitatori continua a crescere sebbene a ritmo decrescente. La destinazione è oramai parte a pieno titolo del panorama turistico nazionale ed internazionale e l'offerta turistica vede la presenza preponderante di operatori turistici professionali (comprese le multinazionali);
- *stagiazione*: la destinazione raggiunge il livello di saturazione sia in termini di capacità ricettiva, sia in termini ambientali, sia in termini infrastrutturali. Essa si affida oramai ai visitatori abituarini che sfruttano l'abbondanza di servizi e facilitazioni turistiche offerte dalla località. La preoccupazione fondamentale è quella di mantenere costante il livello di visitatori e si cominciano a cercare soluzioni alternative per ampliare il numero delle presenze attraverso il prolungamento della stagionalità o l'utilizzo di risorse sinora rimaste sottoutilizzate;
- *declino*: la località ha oramai perso di interesse come meta turistica di punta e non offre più alcuna prospettiva di crescita. Anche i visitatori abituarini cominciano a declinare data la presenza di località competitive che, superata la fase della "scoperta", si trovano nel pieno del loro sviluppo e risultano quindi idonee ad attrarre anche questo tipo di turisti. A meno che non abbiano successo le operazioni di cui al punto quattro (dando impulso cioè a una nuova fase di sviluppo del ciclo), si comincia a procedere alla riconversione dell'area verso usi maggiormente produttivi.

Quanto detto può essere sintetizzato dal grafico 2.6, in cui il ciclo di vita del prodotto viene approssimato attraverso una funzione logistica.

Tralasciando le critiche al concetto di ciclo di vita del prodotto utilizzato a fini previsivi (critiche inerenti ad esempio alla forte variabilità di intensità e di lunghezza che le varie fasi possono conoscere in relazione alla località analizzata e in relazione alla nazionalità di provenienza dei turisti; critiche inerenti alla carenza di dati esaustivi sulle variabili da prendere in considerazione o alla difficoltà di concettualizzazione delle



medesime<sup>6</sup>), è senz'altro opportuno notare come il concetto di TPLC introduca, ai fini della spiegazione del fenomeno turistico, una variabile esplicativa rilevante, sintetizzabile nel concetto di capacità di carico.

Ogni località turistica, a prescindere da fenomeni congiunturali, sarà destinata al declino una volta raggiunto un punto limite consistente nel livello massimo di utilizzazione consentito delle risorse esistenti. Siano esse risorse ambientali, siano esse risorse infrastrutturali, siano esse risorse in termini di capacità ricettiva potenziale (risorse tra l'altro le cui potenzialità di sviluppo possono trovarsi a confliggere), il raggiungimento delle rispettive soglie massime di sopportazione porta la destinazione turistica al declino a meno che non si produca un processo di ampliamento, rinnovamento o salvaguardia delle medesime che possa dare avvio a una nuova fase espansiva delle presenze.

<sup>6</sup> Per una rassegna delle critiche alla possibilità di operazionalizzazione del concetto di PLC si veda Cooper, 1989.



### 3. LA PROPOSTA DI UN MODELLO DI STIMA DELLE PRESENZE TURISTICHE INTERNAZIONALI NELLE REGIONI ITALIANE

#### 3.1 Introduzione

Se nei capitoli precedenti si è cercato di inquadrare complessivamente il fenomeno turistico internazionale (sia dal punto di vista descrittivo, sia da quello teorico), scopo di questo terzo capitolo sarà primariamente la costruzione di un modello econometrico che ambisca a spiegare la distribuzione delle presenze turistiche estere nelle venti regioni italiane.

Il modello che ci si appresta a spiegare si inserisce pienamente nell'approccio analitico c.d. "top-down" tanto dal punto di vista ideale quanto da quello empirico.

Per inquadramento ideale nell'approccio "top-down" si intende riferirsi alla piena accettazione della teoria neoclassica del consumatore inquadrata in un processo allocativo multistadio e fondata sul concetto di separabilità delle funzioni di utilità. Si valuta cioè come abbastanza realistico lo schema di analisi secondo il quale il soggetto sceglie in un primo luogo se effettuare o meno una vacanza all'estero e, in caso di positività della prima scelta, determina successivamente la meta estera privilegiata per il proprio soggiorno. Nel caso in cui l'Italia esca vincitrice dal processo competitivo con le altre mete di vacanza estere, sembra plausibile sostenere che detto processo si sposti all'interno del quadro delle regioni italiane: sarà stavolta ogni singola regione italiana a dover affrontare la competizione con le altre realtà locali per riuscire a raccogliere la maggior quota possibile di presenze internazionali.

Il corollario dell'inserimento teorico nel filone interpretativo top-down, deve per forza consistere nell'inserimento empirico nel medesimo quadro. Questo secondo tipo di inserimento comporta un'impostazione analitica secondo la quale, al fine di stimare la variabile dipendente ad un livello di analisi territoriale inferiore, la variabile dipendente del livello territoriale superiore costituisca l'imprescindibile punto di partenza del processo di modellizzazione.

Per ognuno dei tre stadi di scelta turistica sopra delineati è stato quindi elaborato un modello interpretativo. I modelli econometrici forniranno rispettivamente, per ogni Paese di origine considerato<sup>7</sup>: le partenze complessive verso l'estero; le presen-

<sup>7</sup> I Paesi analizzati sono i seguenti: Austria, Belgio-Lussemburgo, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Irlanda, Norvegia, Olanda, Portogallo, Regno Unito, Spagna, Svezia, Svizzera, Stati Uniti, Australia, Giappone. Essi rappresentano al 2001 circa l'85% delle presenze turistiche internazionali complessivamente dirette in Italia.

ze turistiche in Italia; la distribuzione delle presenze fra le venti realtà regionali italiane.

Appare doveroso puntualizzare in primo luogo come i primi due modelli elaborati ricalchino sostanzialmente il sistema TRIP elaborato dal Ciset. Data la finalità principale di questo contributo, modellizzare la terza fase del processo a cascata evidenziato sopra, è stato quindi ritenuto opportuno adottare, per le prime due fasi, un modello di provata validità empirica quale quello perfezionato negli anni da Carlo Carraro e Mara Manente. Le uniche varianti di rilievo di questi due modelli rispetto al sistema TRIP possono essere rintracciate:

- nell'utilizzo delle presenze (anziché degli arrivi) quale variabile dipendente del modello volto a riflettere il secondo stadio di decisione del turista;
- nell'utilizzo di un processo di stima che modellizza separatamente, anziché congiuntamente, l'insieme delle nazionalità di origine. Benché il procedimento di stima panel utilizzato dal Ciset consenta di testare statisticamente la significatività dell'uguaglianza parametrica fra le varie Nazioni<sup>8</sup>, l'analisi dei risultati ottenuti attraverso questo procedimento<sup>9</sup>, sembra denotare un'eccessiva somiglianza di comportamento fra le varie nazionalità. È stato quindi ritenuto opportuno modellizzare separatamente il comportamento delle varie nazionalità onde ottenere una valutazione più realistica delle differenze intercorrenti fra le medesime.

### 3.2

#### Le equazioni del modello

*Il modello delle partenze* L'equazione che sintetizza il primo stadio di scelta risulta la seguente:

$$PAR_X = PILK_X \cdot PT_X^*/PM_X \cdot PP/PC_X \cdot PA_X/PC_X$$

dove:

$PAR_X$  = Partenze verso l'estero dei residenti del Paese X

$PILK_X$  = Pil pro capite a prezzi costanti dei residenti del Paese X espresso in valuta nazionale. Il segno atteso del parametro associato a questa variabile, proxy del livello di benessere nazionale, risulta positivo e maggiore di uno (vista la caratteristica di *luxury* che il bene turismo ha in sé).

$PT_X^*/PM_X$  = Indice dei prezzi turistici interni al Paese di origine rapportato all'indice dei prezzi mondiali del turismo agli occhi di quella determinata origine, entrambi espressi in dollari. Il primo confronto che il soggetto si trova a effettuare ai fini della scelta sul fare o meno turismo internazionale sarà quello

<sup>7</sup> Vedasi Carraro, Manente, 1994; 1998b; Costa, Manente, 2000.

<sup>8</sup> Vedasi Carraro, Manente, 1994.

fra il prezzo del turismo all'interno del proprio Paese e il prezzo del turismo mondiale. Il prezzo del turismo mondiale sarà costituito da una media ponderata dei prezzi delle varie destinazioni, dove il parametro di ponderazione sarà fornito dalle preferenze dell'individuo rispetto alle medesime: quanto più il turista predilige una determinata destinazione estera tanto più i prezzi di quella determinata destinazione influiranno sulle sue scelte. L'approssimazione del concetto di preferenza verso una certa destinazione è costituito dal numero di notti ivi trascorse rapportato alle notti trascorse complessivamente all'estero. Il fatto di esprimere entrambi gli indici in dollari consente implicitamente di tener conto dei rapporti di cambio fra le diverse valute. Il segno atteso del parametro associato a questa variabile risulta senz'altro positivo.

$PP/PC_x$  = Costo internazionale del greggio rapportato all'indice dei prezzi al consumo del Paese di origine, il tutto espresso in valuta nazionale. Questo indice tende a considerare l'altro grande capitolo di spesa del turismo consistente nel costo del trasporto. Il rapportare l'indice di prezzo del petrolio all'indice dei prezzi al consumo interni consente quindi di tener conto dell'evolversi del costo reale dello spostamento via terra (il segno atteso è quindi negativo).

$PA_x/PC_x$  = Rapporto fra il costo del trasporto aereo in uscita dal Paese di origine e indice dei prezzi al consumo, espresso in valuta nazionale. Così come il costo del petrolio, attraverso questo indice si riesce a considerare l'evoluzione del costo reale dello spostamento via aria (anche in questo caso il segno atteso sarà senz'altro negativo).

L'equazione che esprime il secondo stadio di scelta del turista risulta quella di seguito espressa:

*Il modello delle presenze in Italia*

$$PREIT_x = PAR_x, PREIT_x(-1), PTIT/PTSC_x$$

dove:

$PREIT_x$  = Presenze in Italia da parte dei residenti del Paese X  
 $PAR_x$  = Partenze verso l'estero dei residenti del Paese X. Questa variabile risulta ovviamente l'esplicativa di maggiore rilevanza nell'ambito dell'approccio top-down seguito poiché costituisce, all'interno di questo tipo di impostazione analitica, il punto di contatto sussistente fra il primo e il secondo stadio del processo di scelta del consumatore. Il segno atteso è senz'altro positivo (l'Italia, al pari di ogni altra destinazione, risentirà positivamente di un incremento delle partenze da un dato Paese di origine) e il valore associato al parametro risulterà tanto maggiore quanto più attrattiva si presenterà la nostra penisola agli occhi dei residenti del Paese X.

$PREIT(-1)$  = Presenze in Italia registrate nel periodo precedente. Questa variabile riassume in sé determinanti di ordine qualitativo quali il concetto di abitudine (riduzione al rischio

connessa nel rivisitare un Paese già conosciuto) e trasmissione pubblicitaria orale (influenza della promozione effettuata dai conoscenti che già hanno visitato l'Italia nei periodi precedenti). Il segno atteso connesso al parametro risulta anche in questo caso positivo.

$PTIT/PTSC_X$  = Prezzi turistici italiani rapportati ai prezzi turistici degli stati con i quali l'Italia concorre nell'accoglimento dei residenti del Paese X, dove entrambi gli indicatori del rapporto risultano espressi in dollari. Il segno atteso connesso al parametro è in questo caso negativo: un incremento relativo dei prezzi italiani rispetto a quelli dei Paesi concorrenti ridurrà, *ceteris paribus*, i flussi turistici verso la Penisola. L'indicatore al denominatore differisce da quello dei prezzi turistici mondiali poiché in questo caso la media ponderata è calcolata su 16 Paesi, esclusi cioè l'origine dei flussi e l'Italia, che figura già a numeratore del rapporto quale destinazione scelta dal turista.

Sia il modello delle partenze che quello delle presenze saranno espressi in termini logaritmici, motivo per cui i coefficienti risultanti dalla regressione potranno venir letti quali elasticità.

*Il modello delle  
presenze nelle  
regioni italiane*

Una volta elaborati i due modelli di cui sopra, conducenti nel complesso alla determinazione del numero di presenze in Italia, l'ultimo sforzo econometrico dovrà riuscire a sintetizzare al meglio le determinanti fondamentali del terzo stadio del processo di scelta del turista internazionale, ovvero la decisione della regione italiana all'interno della quale trascorrere effettivamente il proprio soggiorno.

L'approccio metodologico seguito nell'elaborazione di questo modello differisce sostanzialmente da quello prediletto nei due casi precedenti e si concretizza nella considerazione congiunta, all'interno del procedimento di regressione, di tutte le regioni italiane.

Pur continuando ad analizzare separatamente le varie nazionalità estere (al fine di evidenziarne le differenze salienti), modellizzare congiuntamente l'insieme delle regioni italiane consente di tener conto, non solo dell'influenza che l'evoluzione temporale delle determinanti comporta all'interno delle singole realtà locali, ma anche di quella esercitata dalle differenze strutturali delle medesime fra le venti realtà territoriali della Nazione.

Il processo competitivo fra le regioni italiane non può cioè prescindere dalle differenze strutturali esistenti fra esse: sia che si tratti di differenze dovute a fattori di origine naturale, sia che si tratti di differenze dovute a fattori di origine economica, sono proprio queste differenze di fondo a spiegare buona parte delle enormi divergenze esistenti nella distribuzione dei flussi internazionali in Italia.

Qualche esempio potrebbe essere utile per chiarire il senso di quanto esposto. Una variabile esplicativa di rilievo nel modello che ci si appresta a commentare consiste senz'altro nella

dotazione infrastrutturale regionale. Per quanto nel periodo considerato in ambito di regressione, una regione infrastrutturalmente carente rispetto alle sue concorrenti (poche strade e di cattiva qualità, pochi aeroporti di grandi dimensioni, poche ferrovie di qualità ecc.) possa migliorare sostanzialmente la propria dotazione assoluta, risulta quantomeno inverosimile immaginare che essa riesca a recuperare in questo breve arco temporale uno svantaggio competitivo sedimentatosi nel corso dei secoli. Il permanere di una debolezza strutturale rispetto alle regioni concorrenti continuerà a rappresentare uno svantaggio di fondo che l'analisi delle semplici serie storiche non riuscirebbe a mettere in evidenza.

Stesso ragionamento risulta senz'altro applicabile al fattore "distanza chilometrica dai principali mercati di origine": le regioni più distanti da questi mercati saranno certamente penalizzate in termini di accessibilità turistica. Pur in un contesto storico in cui i viaggi in auto presentano un trend decrescente se rapportati ai viaggi complessivi; pur in presenza di un forte incremento del segmento turistico extra-europeo che meno avverte il fattore distanza quale impedimento oggettivo al raggiungimento di determinate località, questo svantaggio naturale continua comunque a permanere quale handicap insuperabile per le regioni più distanti dalle origini dei flussi internazionali: un handicap questo che, come il precedente, non sarebbe stato possibile cogliere attraverso la semplice analisi delle serie storiche.

In conclusione è possibile valutare questo approccio metodologico (analisi di dati c.d. "pooled") come tentativo di avvicinamento ad un concetto di competizione regionale il più realistico possibile.

L'analisi pooled presenta tuttavia uno svantaggio sostanziale rispetto alla semplice analisi delle serie storiche: essa fornisce, quale output del modello, coefficienti parametrici identici per le venti regioni italiane. Ipotizzando implicitamente identiche reazioni locali rispetto al medesimo stimolo esterno, il rischio principale di questo modello consiste nell'allontanarsi troppo dalle particolarità regionali per privilegiare eccessivamente i fattori statici che determinano la distribuzione del turismo internazionale. Per ovviare a questo problema è stato quindi ritenuto opportuno inserire nel modello una variabile che riuscisse a cogliere primariamente l'aspetto di specificità locale trascurato da un'analisi prevalentemente sezionale. Ciò si è concretizzato, dal punto di vista empirico, nell'inserimento di una determinante a parametri variabili (offerta ricettiva regionale), dove la variabilità è stata indirizzata a cogliere l'eventuale sussistenza di elementi di specificità fra i tre raggruppamenti turistici definiti all'interno del primo capitolo.

Una volta effettuate le debite puntualizzazioni sembra giunto il momento di evidenziare l'equazione che riassume, per un dato Paese di origine dei flussi, il terzo stadio di scelta del turi-

sta internazionale:

$$SPECTUR_X = AER_X, PC_X/PC_{RC}, DIST_X, OFFALB_X$$

dove:

$SPECTUR_X$  = indice di specializzazione turistica della regione X. La costruzione di questo indice avviene nel modo di seguito evidenziato:

$$(PRE_X/POP_X) / (PRE_{IT}/POP_{IT})$$

con:

$PRE_X$  = Presenze turistiche internazionali nella regione X.

$POP_X$  = Popolazione residente nella regione X.

$PRE_{IT}$  = Presenze turistiche internazionali in Italia.

$POP_{IT}$  = Popolazione residente in Italia.

Si tratta dunque di un indice in cui si rapportano le presenze regionali pro capite alle presenze nazionali pro capite.

La scelta di concentrare l'analisi su questa variabile piuttosto che sulle semplici presenze regionali trova nell'approccio analitico pooled la sua motivazione principale: l'espressione della variabile dipendente in termini pro capite, scontando l'effetto dimensionale, consente infatti di effettuare corretti confronti sezionali fra regioni di dimensioni territoriali diverse. Coerentemente con questo approccio, anche le variabili esplicative che per loro natura risentono dell'effetto dimensione verranno espresse in termini pro capite.

L'indice che esprime la variabile dipendente possiede un'ulteriore importante particolarità: esso contiene al suo interno anche la specificazione della determinante fondamentale dei flussi turistici regionali, ovvero le presenze registrate complessivamente nella Penisola. Anche questa particolarità trova il suo fondamento nella modellizzazione congiunta delle diverse realtà regionali. Il modello elaborato, coerentemente con l'approccio top-down, punta a distribuire il flusso complessivo di visitatori che hanno già scelto l'Italia quale meta del proprio soggiorno fra le varie realtà territoriali in relazione all'evoluzione spaziale e temporale di alcune determinanti.

Se porre le presenze italiane sul lato destro dell'equazione sarebbe stato sensato nel caso di modellizzazioni di singole regioni, fare un'operazione del genere in questo contesto appare oltremodo scorretto.

Mentre nell'ambito di una modellizzazione uni-regionale il valore del coefficiente connesso alla variabile "presenze in Italia" avrebbe approssimato il concetto di *capacità attrattiva* della realtà territoriale analizzata<sup>9</sup> (presentando coefficienti maggiori di uno per le realtà denotate da alta attrattività e mi-

<sup>9</sup> Dove per *capacità attrattiva* si intende sintetizzare gli elementi di "richiamo" regionale difficilmente esprimibili attraverso indici di natura puramente quantitativa (bellezza e varietà paesaggistica, accoglienza della popolazione, ecc.).

nore di uno per contesti denotati da bassa capacità di attrazione<sup>10</sup>), nel caso di un'analisi che restituisca per ogni variabile, un singolo coefficiente per tutte le regioni, il valore connesso al medesimo coefficiente dovrebbe logicamente essere pari ad uno (considerando unitamente le varie realtà territoriali sarebbe insensato sostenere che l'aumento dell'1% delle presenze in Italia comporti un incremento delle presenze nell'insieme delle regioni italiane diverso dall'1%!).

La rilevanza economica insita nel porre, nell'ambito di questo modello, le presenze italiane quale variabile indipendente è quindi sostanzialmente nulla<sup>11</sup>.

È essenziale sottolineare infine come questa scelta non rechi assolutamente danno rispetto al perseguimento coerente di un'impostazione teorica top-down da parte del modello econometrico. Le presenze italiane, approssimazione del punto conclusivo in ordine alla seconda fase di scelta del turista internazionale, rimangono comunque il punto di partenza logico e operativo dal quale il modello non può assolutamente prescindere né in sede di analisi *ex-post*, né tantomeno in sede di analisi *ex-ante*.

$AER_x$  = voli commerciali pro capite in partenza e in arrivo dagli aeroporti presenti nella regione X. Questa variabile tende ad approssimare la dotazione infrastrutturale regionale relativa ai trasporti via aria. Il segno atteso del parametro relativo a questa variabile è senz'altro positivo: in un periodo storico in cui sempre più persone utilizzano l'aereo quale mezzo privilegiato per i loro spostamenti (sia per una riduzione dei costi reali dello spostamento via aria, sia per una ridotta percezione psicologica del concetto di distanza spaziale, propria della società moderna), un'adeguata dotazione di infrastrutture atte a ricevere direttamente i viaggiatori si configura quale imprescindibile determinante della turisticità regionale.

Questo concetto risulta tanto più rilevante in ordine alle regioni del Sud Italia. Di fronte alla sostanziale proibitività del loro raggiungimento via terra (dovuto soprattutto alle lunghe distanze chilometriche che separano queste regioni dai principali bacini turistici internazionali) sono proprio le regioni meridionali le più propense a trarre vantaggio da un miglioramento della loro raggiungibilità via aria.

$DIST_x$  = denota la distanza chilometrica della regione X rispetto a un determinato Paese di origine dei flussi. L'importanza del fattore distanza è già richiamato precedentemente: se, rispetto ad alcune nazionalità limitrofe, il soggiorno in certe regioni italiane si configura perlopiù quale una "gita fuori

<sup>10</sup> Nel modello di stima delle presenze in Italia, il parametro inerente alla variabile "partenze" possiede proprio questa funzione.

<sup>11</sup> Sussiste inoltre un ulteriore argomento a sfavore dell'inserimento delle presenze italiane quale determinante del modello. Se la variabile  $PRE_{IT}$  fosse inserita quale esplicativa delle presenze regionali, l'analisi condotta in ambito di regressione potrebbe benissimo restituire valori parametrici di assoluta insensatezza logica, cioè maggiori o minori di uno.

porta”, le lunghissime percorrenze che separano questi stessi Paesi da altre realtà territoriali della Penisola, pongono queste ultime in una situazione di indubbio svantaggio competitivo strutturale.

Sembra infine importante sottolineare come, mentre rispetto ai flussi di origine europea le distanze ritenute rilevanti (e quindi inserite quali determinanti) siano state approssimate con quelle intercorrenti fra le rispettive capitali nazionali e i vari capoluoghi regionali, per quelli di origine extra-europea, la distanza presa in considerazione sia stata calcolata come media ponderata delle distanze dai due principali scali aeroportuali internazionali (Roma e Milano) dove il parametro di ponderazione è costituito, per ogni nazionalità di origine, dalla percentuale di sbarchi rispettivamente al Centro Nord e al Centro Sud del Paese. Il segno atteso connesso a questa variabile risulta senz’altro negativo.

$OFFALB_x$  = esprime i posti letto alberghieri presenti nella regione X. La scelta di considerare esclusivamente la capacità ricettiva alberghiera<sup>12</sup> prescindendo quindi da un’analisi svolta sul parco ricettivo extra-alberghiero, è dovuta sostanzialmente al fatto che le rilevazioni statistiche relative a questa seconda categoria si presentano alquanto disomogenee, tanto a causa di mutamenti nella disciplina amministrativa di tali esercizi, quanto alla loro mancata rilevazione in alcuni anni.

Una delle motivazioni più spesso addotte quale causa della scarsa affluenza turistica in alcune regioni è proprio la carenza qualitativa e quantitativa di strutture ricettive. Recenti studi<sup>13</sup> sottolineano ad esempio come uno dei difetti strutturali del Sud Italia consista proprio nell’eccessivo sfruttamento edilizio delle aree ambientali più preziose finalizzato alla costruzione di seconde case per i residenti di quelle regioni, il che preclude alla radice la possibilità di destinare tali zone alla costruzione di appropriati esercizi ricettivi commerciali.

Pur ammettendo la possibilità dell’esistenza di una relazione di segno opposto rispetto a quella delineata (la domanda crea la propria offerta), cionondimeno, in presenza di un quadro nazionale in cui a fianco di regioni adeguatamente dotate ne esistono altre in cui il parco ricettivo commerciale appare pressoché assente (lasciando intravedere la possibilità dell’esistenza di un fenomeno di razionamento da offerta) sembra altrettanto plausibile sostenere l’ipotesi che configura il livello di offerta ricettiva quale determinante positiva delle presenze turistiche internazionali:

È importante sottolineare adesso come queste motivazioni abbiano condotto a considerare l’opportunità di effettuare una stima a parametri variabili relativamente a questa determinante, dove la variabilità venga testata rispetto a gruppi regionali

<sup>12</sup> La capacità ricettiva alberghiera è calcolata moltiplicando i posti letto degli alberghi per i giorni di apertura stagionale medesimi.

<sup>13</sup> Vedasi Costa, Gambuzza, Manente, Minghetti, 1996.



omogenei quanto a livello di turisticità<sup>14</sup>.

L'evidenza empirica che associa, nell'ultimo decennio, i maggiori tassi di incremento nei flussi turistici internazionali alle realtà regionali meno turisticizzate, conduce alla sensazione di trovarsi di fronte a prodotti turistici collocati in punti diversi rispetto ai rispettivi cicli di vita.

In un contesto internazionale in cui l'handicap strutturale della distanza geografica tende a ridurre la propria importanza, sembrano proprio le regioni meno turisticizzate i terreni più fertili per il perseguimento di incrementi quantitativi e qualitativi del parco di offerta ricettiva.

Le regioni maggiormente turistiche, in virtù della maturità del proprio prodotto, sembrano possedere i margini minori per incrementare ulteriormente la propria offerta. Si tratta infatti, non solo di realtà rispetto alle quali la distanza geografica non si è mai presentata quale serio deterrente alle visite turistiche internazionali, ma anche di regioni rispetto alle quali, complice una cultura imprenditoriale radicata, i vantaggi di collocazione geografica sono stati ampiamente sfruttati ai fini dell'ottenimento di un prodotto turistico di successo basato su un'offerta ricettiva quantitativamente e qualitativamente d'avanguardia.

Al contrario, sembra plausibile sostenere che, a patto di porre in essere iniziative imprenditoriali effettivamente in grado di venire incontro a esigenze qualitativamente elevate quali quelle dei turisti internazionali, siano proprio le regioni meno turistiche quelle dotate delle maggiori potenzialità espansive.

Ciò che è lecito attendersi differenziando l'offerta sulla base di questa linea classificatoria, è quindi l'osservazione di coefficienti positivi e progressivamente crescenti passando dall'osservazione delle regioni più turistiche a quella delle meno turisticizzate.

Se questa ipotesi venisse confermata in sede di analisi empirica, le opinioni di coloro che vedono nel turismo uno strumento potente per il rilancio economico delle regioni meno sviluppate potrebbero (a patto che la maggioranza delle iniziative produttive siano intraprese dalla classe imprenditoriale locale) ricevere ulteriore conferma.

### **3.3**

#### **I risultati dell'analisi di regressione**

Una volta delineata la struttura dei modelli econometrici posti alla base del presente studio, il passaggio successivo si sostanzia logicamente nel commento dei risultati scaturiti dall'applicazione delle tecniche di regressione.

Se rispetto alla tecnica utilizzata non esiste alcuna differenza fra le tre modellizzazioni (nel caso specifico è stata utilizzata la tecnica dei minimi quadrati ordinari), le medesime differisco-

<sup>14</sup> Cfr. Capitolo 1.

no fra loro quanto al numero di osservazioni di cui si compongono le rispettive variabili.

Se sia il modello delle partenze internazionali che quello delle presenze in Italia constano di diciannove equazioni ciascuno<sup>15</sup>, mentre il primo stima la retta di regressione su osservazioni relative all'arco temporale 1980-1999, il secondo compie la stessa procedura su un periodo temporale più ristretto (1984-1999).

Il modello di stima della distribuzione dei flussi internazionali fra le regioni italiane, pur essendo anch'esso composto da diciannove equazioni, in virtù della tecnica di analisi pooled utilizzata, presenta 320 osservazioni per ogni variabile (ogni determinante nasce cioè dalla considerazione congiunta della dimensione spaziale -sedici anni, dal 1984 al 2000- e di quella spaziale -venti regioni).

*Il modello delle partenze*

I risultati della regressione relativa al modello delle partenze sono mostrati nella tabella 3.1.

3.1  
IL MODELLO DELLE PARTENZE<sup>o</sup>

Rispetto alla variabile che approssima il livello di benessere dei diversi Paesi di origine ( $PILK_x$ ), sembra di primaria importanza notare come le risultanze empiriche confermino le aspettative teoriche secondo le quali il turismo estero tende a configurarsi quale bene di lusso. I risultati presentati nella tabella 3.1 mostrano chiaramente come ben quindici Paesi denotino, relativamente a questa determinante, coefficienti superiori all'unità: per essi un incremento del reddito pro capite dell'1% tende, in media, a far aumentare le partenze dell'1,44%.

Paesi	Intercetta		$PILK_x$		$PT_x^*/PM_x$		$PA_x/PC_x$		$PP/PC_x$		RSQ
	Coeff.	Test t	Coeff.	Test t	Coeff.	Test t	Coeff.	Test t	Coeff.	Test t	
Austria	9,79	16,10	1,15	8,91	0,89	2,14	-	-	-	-	0,81
Belgio-Luss.	9,90	11,38	1,20	6,33	1,16	2,74	-	-	-0,09	-2,26	0,93
Danimarca	10,17	13,23	0,98	5,77	-	-	-0,20	-2,07	-0,06	-2,32	0,96
Finlandia	5,76	2,96	(1,78)	4,17	1,07	4,55	-0,46	-1,49	-	-	0,83
Francia	9,94	29,48	1,33	18,62	0,70	4,43	-	-	-	-	0,95
Germania	11,58	69,19	(1,29)	36,56	0,19	1,48	-	-	-	-	0,99
Irlanda	9,67	27,56	(1,03)	13,41	(0,70)	2,82	-	-	(-0,07)	-1,86	0,97
Norvegia	17,75	10,65	-0,81	-2,21	-	-	-0,92	-5,17	-0,19	-1,97	0,66
Olanda	10,02	13,57	(1,35)	8,37	-	-	(-0,16)	-1,37	-	-	0,96
Portogallo	6,75	3,51	1,40	3,41	(1,37)	3,14	-	-	-	-	0,91
Regno Unito	7,31	14,07	2,06	18,70	-	-	(-0,39)	-8,27	-	-	0,98
Spagna	9,59	14,00	1,16	7,75	0,64	2,46	-	-	-0,12	-2,45	0,97
Svezia	8,44	7,65	(1,41)	5,84	0,47	2,94	-	-	-0,18	-4,61	0,94
Svizzera	10,29	11,98	1,19	6,48	(1,90)	5,32	-	-	-	-	0,84
Stati Uniti	13,09	26,69	0,88	8,31	0,75	3,34	-	-	-	-	0,78
Australia	7,77	8,83	1,47	7,80	(0,36)	1,52	-	-	-	-	0,85
Giappone	6,79	4,98	1,86	6,27	-	-	(-0,36)	-2,21	-	-	0,97

<sup>o</sup> I numeri fra parentesi si riferiscono alla variabile considerata con ritardo di un periodo

La variabile che rapporta i Prezzi turistici interni ai prezzi turistici mondiali ( $PT_x/PM_x$ ) presenta coefficienti positivi e si-

<sup>15</sup> Una per ogni Paese di origine.

gnificativi per circa il 70% dei Paesi considerati. Per essi, in media, un incremento dei prezzi interni rispetto a quelli mondiali dell'1% tende a far incrementare il turismo estero dello 0,85. Una determinante fondamentale della differenza fra questi due gruppi è senz'altro rintracciabile nei diversi gradi di turisticità (valutati in termini di presenze straniere pro capite) delle realtà turistiche nazionali: i residenti di Paesi altamente turistici saranno ovviamente più incentivati a valutare l'opzione di effettuare turismo interno alternativamente a quello estero rispetto a coloro che risiedono in realtà denotate da bassi livelli di attrattività. Una motivazione più strettamente economica della distinzione evidenziata sopra riguarda il livello di benessere economico dei Paesi oggetto di studio (misurato in termini di Pil pro capite): le Nazioni più ricche potrebbero risultare meno sensibili a confronti di prezzo rispetto a quanto non lo siano realtà meno prospere. Entrambe le ipotesi sembrano trovare sostanziale conferma alla luce dei dati di seguito evidenziati (Tab. 3.2).

Paesi	Presenze pro capite	Pil pro capite (\$ Correnti)	3.2 PRESENZE E PIL PRO CAPITE 1999
Austria	10,1	24.401	
Belgio-Lussemburgo	1,2	21.663	
Danimarca	1,9	32.606	
Finlandia	0,5	23.807	
Francia	6,6	23.466	
Germania	0,4	21.884	
Irlanda	10,8	21.915	
Norvegia	1,0	35.567	
Olanda	1,2	24.250	
Portogallo	2,2	7.852	
Regno Unito	2,3	24.230	
Spagna	2,4	13.362	
Svezia	0,8	25.016	
Svizzera	4,5	33.979	
Stati Uniti	N.D.	32.945	
Australia	1,1	21.635	
Giappone	N.D.	35.617	

Fonte: OECD, IMF

Circa il 35% delle realtà nazionali considerate individuano nel Costo reale del trasporto aereo ( $PA_x/PC_x$ ) un concreto deterrente agli spostamenti diretti verso l'estero. Per esse, in media, un incremento dell'1% nel costo reale del trasporto aereo si concretizza in una riduzione dello 0,26% dei viaggi all'estero. Questo gruppo si compone di Paesi che per collocazione geografica o per motivi attinenti alle rispettive preferenze turistiche, risultano perlopiù costretti ad utilizzare l'aereo quale mezzo di spostamento: di esso entrano infatti a far parte, oltre a giapponesi e inglesi, i residenti dei Paesi nord-europei (che concentrano le loro presenze in Francia ed Inghilterra). Fra le realtà non influenzate dal costo reale del trasporto aereo si collocano soprattutto le Nazioni europee che soggiornano

quasi esclusivamente in Paesi limitrofi (come Francia, Austria, Spagna, Portogallo, Svizzera, Germania).

Circa il 35% dei Paesi considerati rientrano nella categoria delle Nazioni influenzate negativamente dal costo reale del carburante ( $PP/PC_x$ ). Per essi, in media, un aumento dell'1% del costo del carburante comporta una riduzione dello 0,11% dei viaggi all'estero. Di questo gruppo fanno parte sia i Paesi del Nord-europei (per i quali, date le lunghe percorrenze imposte dal raggiungimento delle mete privilegiate di vacanza, il costo del carburante risulta un capitolo importante della spesa complessiva), sia la fascia delle realtà europee meno agiate e quindi maggiormente sensibili alle variazioni dei prezzi (Spagna, Irlanda, Belgio-Lussemburgo).

*Il modello delle presenze in Italia*

Il modello econometrico volto a spiegare i flussi turistici internazionali diretti in Italia (Tab. 3.3), pur fornendo nel complesso buoni risultati, lascia trasparire un aspetto che sembra doveroso evidenziare. Dall'analisi dei risultati forniti dal modello risulta evidente come esista un gruppo minoritario di Paesi (Francia, Svizzera, Finlandia, Svezia, Norvegia) rispetto ai quali la scelta di effettuare un soggiorno in Italia appare svincolata dalla decisione di partire torut-court verso l'estero (detto in altri termini, rispetto ai quali il parametro relativo alle partenze non risulta significativo alla luce del *test t di student*). L'assenza di un simile collegamento (postulato come essenzialmente alla luce dell'approccio teorico top-down) unitamente all'evidenza empirica della rilevanza delle altre variabili incluse nel modello econometrico conducono a domandarsi se fra questi Paesi e la Penisola possano sussistere rapporti particolari tali da scardinare in misura sostanziale l'impostazione analitica top-down relativa al processo di scelta del consumatore-turista. Sembra quindi opportuno chiedersi quale sia la motivazione

3.3  
IL MODELLO DELLE  
PRESENZE IN  
ITALIA\*

Paesi	Intercetta		PAR <sub>x</sub>		PREIT <sub>x(-1)</sub>		PTIT/PTSC <sub>x(-1)</sub>		RSQ
	Coeff.	Test t	Coeff.	Test t	Coeff.	Test t	Coeff.	Test t	
Austria	0,93	0,39	0,71	2,54	0,23	0,98	(-0,66)	-2,18	0,82
Bel. - Luss.	2,02	1,06	0,32	2,55	0,52	2,82	-0,21	-0,91	0,80
Danimarca	-5,79	-1,47	0,51	1,38	0,85	4,26	-0,64	-1,65	0,81
Finlandia	-0,84	-0,23	0,07	0,23	0,97	4,59	-1,15	-1,83	0,67
Francia	3,92	1,35	0,03	0,25	0,70	3,94	-0,58	-2,57	0,57
Germania	0,57	0,24	0,27	1,83	0,68	3,95	-0,54	-2,21	0,78
Irlanda	-2,32	-1,72	0,50	2,56	0,59	2,40	-0,42	-1,22	0,89
Norvegia	1,23	0,15	0,21	0,36	0,61	2,18	-1,69	-1,41	0,22
Olanda	-3,63	-1,38	0,23	1,43	0,98	5,80	-0,50	-1,38	0,79
Portogallo	2,99	1,81	0,71	6,29	-	-	0,54	1,08	0,78
Regno Unito	2,22	0,88	0,21	2,79	0,61	3,30	-0,40	-1,20	0,72
Spagna	1,66	1,74	0,54	2,90	0,31	1,63	-	-	0,92
Svezia	-0,88	-0,28	-0,14	-0,75	1,15	5,79	-1,67	-3,28	0,69
Svizzera	5,23	1,82	-0,07	-0,39	0,72	3,84	-0,44	-2,06	0,61
Stati Uniti	-21,31	-5,43	2,14	9,41	-	-	(-0,44)	-1,76	0,85
Australia	3,13	1,81	0,65	5,62	-	-	(-1,52)	-3,92	0,73
Giappone	-7,28	-4,34	0,92	5,23	0,47	4,94	-0,43	-1,19	0,99

\* I numeri fra parentesi si riferiscono alla variabile considerata senza ritardo di un periodo

principale dell'esistenza, all'interno di determinate realtà nazionali, di individui i quali rispetto alla decisione di venire in Italia, prescindano dal processo di scelta a due stadi più volte evidenziato<sup>16</sup>. La risposta a questo quesito sembra doversi trovare tanto nelle caratteristiche della realtà turistica italiana, quanto in quelle dei Paesi di origine dei flussi.

La realtà italiana, come già evidenziato nel primo capitolo, si colloca sicuramente nella rosa delle destinazioni di più lunga e prestigiosa tradizione. In quanto meta di antico prestigio, l'Italia tende a configurarsi quale destinazione turistica in cui il fenomeno delle visite ripetute appare fortemente radicato, dando così vita ad un circolo virtuoso fra fidelizzazione del cliente, promozione pubblicitaria orale e nuovi clienti provenienti dalla medesima origine dei fidelizzati.

L'essere meta di questo tipo turismo significa sostanzialmente che i residenti dei Paesi maggiormente "affezionati" posseggono i mezzi per sostituire, attraverso il concetto di abitudine, tutto quel processo informativo necessario a scegliere una determinata Nazione quale meta di soggiorno fra le tante possibili.

Date queste premesse appare molto probabile che la Penisola includa fra i suoi visitatori anche una notevole quantità di turisti operanti secondo un approccio mentale di tipo bottom-up (dove, con l'uso improprio di questo termine, si intende riferirsi soltanto a comportamenti che prescindono dal processo di scelta a due stadi<sup>17</sup>).

Se è vero che antico prestigio e notorietà sono le caratteristiche principali che distinguono l'Italia dalle mete di recente interesse turistico e se è vero che queste stesse caratteristiche ben si confanno all'accoglimento di fasce di clientela abitudinaria, ciò che resta adesso da ricercare sono i fattori essenziali che possono dar luogo, all'interno di una certa popolazione di origine, all'esistenza di individui operanti secondo logiche di tipo ripetitivo.

Il fattore primario per la configurazione di un tale tipo di comportamento sembra potersi individuare nella presenza di residenti che già da tempo intraprendono regolarmente soggiorni internazionali come forma di utilizzo del tempo libero. L'abitudine è un concetto che trae la propria forza dal radicamento temporale delle azioni e affinché questo radicamento possa avvenire è dunque necessario trovarsi di fronte a popolazioni denotate da una consolidata tradizione di soggiorni all'estero.

<sup>16</sup> L'affermazione secondo la quale i turisti di terminate nazionalità prescindono, rispetto all'Italia, dal processo di decisione a due stadi non significa comunque che questo processo non venga effettuato in assoluto. I buoni risultati forniti, per ogni Paese di origine, dal modello econometrico delle partenze mostrano come l'approccio teorico top-down ben si presti a rappresentare il comportamento generale anche dei residenti di quelle realtà che, rispetto all'Italia, si comportano in modo diverso.

<sup>17</sup> L'utilizzo appropriato del termine bottom-up sarebbe tale soltanto in riferimento alle presenze turistiche nelle diverse destinazioni mondiali. Con esso ci si riferisce propriamente all'impostazione teorica secondo la quale le presenze turistiche nelle diverse regioni mondiali da parte di una data nazionalità prescindono dalle partenze tour-court di quella nazionalità, ma dipendono altresì da fattori specifici inerenti le diverse destinazioni.

La seconda condizione che deve sussistere affinché i residenti di una qualsivoglia Nazione divengano visitatori abituali di una data destinazione, si sostanzia certamente nella presenza di una ridotta distanza geografica fra i due Paesi sotto analisi. Pur in presenza di un quadro mondiale che vede la forte espansione di viaggi di tipo lang-haul<sup>18</sup>, essi restano comunque una posta minoritaria dei soggiorni esteri complessivi: ad oggi è quindi ancora piuttosto improbabile configurare l'esistenza di rapporti di tipo abitudinario fra residenti di nazionalità poste in diverse regioni mondiali. Il concetto di vicinanza geografica si sovrappone ovviamente a quello di vicinanza culturale: sembra molto più probabile che visite ripetute vengano compiute in Paesi simili al proprio piuttosto che in realtà opposte quanto a gusti, stili di vita, tradizioni.

I Paesi rispetto ai quali il parametro relativo alle partenze non risulta significativo alla luce del *test t di student* sembrano rispettare la prima condizione posta (intraprendere da tempo l'attività di soggiorno internazionale). Si tratta innanzitutto di Nazioni che già nel 1982 posseggono un livello di benessere superiore alla media dei Paesi analizzati (misurato in termini di Pil pro capite in dollari correnti): il benessere economico rappresenta la condizione primaria per poter effettuare forme di turismo oltre confine se è vero che tanto dal punto di vista teorico, quanto dal punto di vista empirico, il turismo internazionale rappresenta un bene tipicamente di lusso (Tab. 3.4). L'evidenza empirica conferma inoltre come nel periodo 1982-1999 tutte le realtà analizzate mostrino tassi di incremento delle partenze pro capite inferiori alla media, configurandosi quindi come Nazioni in cui il desiderio di incrementare ulteriormente il tasso di partenze si approssimi, molto di più che in altre, ai rispettivi livelli di saturazione.

3.4  
DETERMINANTI DI  
UN TURISMO DI  
ROUTINE

Paesi	Pil pro capite 1982	Variazione % partenze pro capite 1982-1999
Austria	8.750	52%
Belgio - Lussemburgo	8.304	62%
Danimarca	10.868	65%
Finlandia	10.779	56%
Francia	10.158	30%
Germania	10.615	21%
Irlanda	5.347	125%
Norvegia	13.308	16%
Olanda	9.390	55%
Portogallo	2.326	221%
Regno Unito	8.646	141%
Spagna	4.703	113%
Svezia	12.175	43%
Svizzera	15.034	24%
Stati Uniti	13.710	44%
Australia	11.091	66%
Giappone	9.106	219%
Media	9.665	80%

Fonte: IMF, OECD

<sup>18</sup> Si definiscono viaggi lang-haul quelli che i residenti di una data Nazione compiono in realtà territoriali non comprese nel Continente geografico di appartenenza (WTO).

La tabella 3.5 mostra inoltre come si stia parlando di Nazioni rispetto alle quali l'Italia si presenta decisamente quale prodotto turistico posto nella fase conclusiva del proprio ciclo vitale. Infatti, confrontando il 1980 con il 1995, risulta evidente come le presenze effettuate in Italia rapportate a quelle spese complessivamente oltre confine si presentino in sostanziale diminuzione per ognuno dei cinque Stati analizzati. Come la teoria di ciclo vitale suggerisce, quando una determinata destinazione raggiunge la fase di stagnazione turistica, essa si affida oramai ai visitatori abituarini che sfruttano l'abbondanza di servizi e facilitazioni turistiche offerte dalla località. La preoccupazione fondamentale è quella di mantenere costante il livello di visitatori.

Paesi	1980	1995	3.5 PRESENZE IN ITALIA SU PRESENZE MONDIALI Valori %
Finlandia	12	6	
Francia	21	14	
Norvegia	5	4	
Svezia	9	6	
Svizzera	23	20	

Fonte: OECD

Si tratta infine, come evidente, di Nazioni facenti parte del continente europeo, rispetto alle quali il raggiungimento della Penisola non si concretizza cioè in un viaggio di tipo long-haul.

L'analisi svolta consente di sostenere con ragionevole sicurezza che i risultati evidenziati dalla regressione, i quali individuano in Scandinavia, Francia e Svizzera i caratteri tipici del turismo di routine, risultano sostanzialmente confermati alla luce dell'evidenza empirica fornita dall'esame delle caratteristiche di queste popolazioni.

Di fronte a tali risultati sembra quindi opportuno tentare di impostare un'analisi di regressione che tenda a modellizzare queste realtà secondo schemi comportamentali conformi ad un approccio di tipo bottom-up. L'impostazione di una analisi di regressione che cerchi di adattarsi il più possibile ad un approccio mentale di tipo bottom-up si sostanzia principalmente nell'aggregazione delle due fasi del processo di scelta individuale in una singola fase. Dal punto di vista operativo ciò comporta la costruzione di un modello che escluda dalle sue determinanti tutte le variabili rilevanti esclusivamente al fine della determinazione del livello di partenze internazionali. Di conseguenza sembra ragionevole ipotizzare che, in un'ottica bottom-up, il residente di un dato Paese valuti l'opportunità di scegliere l'Italia quale destinazione del proprio soggiorno in relazione all'esclusiva considerazione del proprio livello di reddito, delle presenze effettuate nella Penisola nei periodi precedenti e del confronto fra i prezzi italiani e quelli degli stati concorrenti.

Nel modello delle partenze erano stati riscontrati coefficienti di elasticità-reddito superiori all'unità; ponendo il turismo italiano come un prodotto che passa, per certi Paesi, dall'essere

bene di lusso all'essere bene di acquisto abituale, ed integrando questo concetto con la teoria di ciclo vitale del prodotto, sembrerebbe naturale che della nuova analisi di regressione emergessero quantomeno due risultati:

- che a differenza del turismo internazionale, il quale nella sua generalità mantiene tuttora i caratteri del bene di lusso, il turismo italiano, in quanto bene di consumo abituale, possiede coefficienti di elasticità-reddito inferiori all'unità;
- che, constatato come per certi Paesi la realtà italiana si configuri quale un prodotto giunto al termine del proprio ciclo di vita, rispetto alla decisione di effettuare soggiorni nella Penisola divengano sempre più rilevanti considerazioni attinenti alla competitività basata sui prezzi. Se infatti il concetto di bene di lusso si accompagna generalmente a coefficienti di elasticità-prezzo piuttosto bassi, rispetto a un bene di consumo abituale la ricerca della convenienza diviene una determinante essenziale della scelta di acquisto.

I risultati che emergono dal confronto fra le due regressioni confermano sostanzialmente queste aspettative (Tabb. 3.6 e 3.7).

3.6  
REGRESSIONE  
SECONDO UN  
APPROCCIO  
TOP-DOWN

Paesi	Intercetta		PARX		PREITX(-1)		PTIT/PTSCX(-1)		RSQ corretto
	Coeff.	Test t	Coeff.	Test t	Coeff.	Test t	Coeff.	Test t	
Finlandia	-0,84	-0,23	0,07	0,23	0,97	4,59	-1,15	-1,83	0,67
Norvegia	1,23	0,15	0,21	0,36	0,61	2,18	-1,69	-1,41	0,22
Svezia	-0,88	-0,28	-0,14	-0,75	1,15	5,79	-1,67	-3,28	0,69
Francia	3,92	1,35	0,03	0,25	0,70	3,94	-0,58	-2,57	0,57
Svizzera	5,23	1,82	-0,07	-0,39	0,72	3,84	-0,44	-2,06	0,61

3.7  
REGRESSIONE  
SECONDO UN  
APPROCCIO  
BOTTOM-UP

Paesi	Intercetta		PARX		PREITX(-1)		PTIT/PTSCX(-1)		RSQ corretto
	Coeff.	Test t	Coeff.	Test t	Coeff.	Test t	Coeff.	Test t	
Finlandia	-0,41	-0,20	-	-	1,00	6,71	-1,16	-2,28	0,72
Norvegia	1,20	0,50	0,60	1,93	0,65	3,21	-1,04	-1,13	0,58
Svezia	-2,31	-1,17	-	-	1,12	8,34	-1,69	-3,76	0,80
Francia	0,96	0,34	0,22	1,19	0,85	4,32	-0,63	-1,95	0,68
Svizzera	2,69	1,08	-	-	0,82	5,09	-0,41	2,82	0,67

Innanzitutto si noti come la variabile che esprime il reddito pro capite rilevi elusivamente per i residenti di Francia e Norvegia: in linea con le ipotesi fatte, i coefficienti di elasticità-reddito risultano per entrambi i Paesi inferiori all'unità. Le altre tre Nazioni denotano addirittura l'assenza di un legame fra reddito e presenze in Italia: l'aumento del benessere di queste popolazioni non si concretizza cioè nell'incremento della quantità di turismo italiano effettuato. Questo risultato si pone perfettamente in linea con la teoria economica del consumatore: rispetto a beni normali, una volta acquistata la quantità desiderata, ulteriori incrementi di reddito non comportano acquisizioni aggiuntive del prodotto.

Anche i risultati relativi all'elasticità-prezzo risultano in linea con le ipotesi effettuate: se rispetto ai Paesi non stretta-



mente abitudinari l'incremento dell'1% dei prezzi relativi italiani comporta un decremento dello 0,44% delle presenze, rispetto alle Nazioni che esercitano turismo di routine, lo stesso incremento si concretizza in una riduzione dello 0,99% delle presenze.

L'indice che sintetizza l'aderenza dei valori stimati ai valori osservati (RSQ corretto) migliora sostanzialmente attraverso l'utilizzo di un'impostazione analitica bottom-up: l'aver modellizzato Francia Svizzera e Paesi scandinavi quali realtà che esercitano in Italia un turismo di routine appare dunque come un'approssimazione più realistica dell'effettivo comportamento che questi Paesi posseggono rispetto ai soggiorni internazionali nella Penisola.

Le regressioni effettuate secondo l'approccio analitico top-down (Tab. 3.8) forniscono buoni risultati in termini di aderenza dei valori stimati a quelli osservati presentando, in media, un indice RSQ pari a 0,8.

Paesi	Intercetta		$PAR_x$		$PREIT_x(-1)$		$PTIT/PTSC_x(-1)$		RSQ corretto
	Coeff.	Test t	Coeff.	Test t	Coeff.	Test t	Coeff.	Test t	
Austria	0,93	0,39	0,71	2,54	0,23	0,98	(-0,66)	-2,18	0,82
Bel. - Luss.	2,02	1,06	0,32	2,55	0,52	2,82	-0,21	-0,91	0,80
Danimarca	-5,79	-1,47	0,51	1,38	0,85	4,26	-0,64	-1,65	0,81
Germania	0,57	0,24	0,27	1,83	0,68	3,95	-0,54	-2,21	0,78
Irlanda	-2,32	-1,72	0,50	2,56	0,59	2,40	-0,42	-1,22	0,89
Olanda	-3,63	-1,38	0,23	1,43	0,98	5,80	-0,50	-1,38	0,79
Portogallo	2,99	1,81	0,71	6,29	-	-	0,54	1,08	0,78
Regno Unito	2,22	0,88	0,21	2,79	0,61	3,30	-0,40	-1,20	0,72
Spagna	1,66	1,74	0,54	2,90	0,31	1,63	-	-	0,92
Stati Uniti	-21,31	-5,43	2,14	9,41	-	-	(-0,44)	-1,76	0,85
Australia	3,13	1,81	0,65	5,62	-	-	(-1,52)	-3,92	0,73
Giappone	-7,28	-4,34	0,92	5,23	0,47	4,94	-0,43	-1,19	0,99

3.8  
I RISULTATI DEL  
MODELLO "TOP-  
DOWN" DELLE  
PRESENZE\*

\* I numeri fra parentesi si riferiscono alla variabile considerata senza ritardo di un periodo

Ad un incremento dell'1% delle partenze verso l'estero ( $PAR_x$ ) le presenze in Italia incrementano mediamente dello 0,6%: questo risultato riflette la riduzione di attrattività del tradizionale prodotto turistico italiano a fronte, tanto dell'emersione di nuove destinazioni di soggiorno, quanto del progressivo spostamento dei gusti dei Paesi ricchi verso viaggi di tipo long-haul. L'attrattività italiana risulta maggiore tanto per i Paesi extra-europei (per i quali il soggiorno nella Penisola si presenta quale un soggiorno long-haul), quanto per i Paesi che da poco esercitano l'attività di turismo internazionale (per i quali l'Italia si presenta come un prodotto turistico relativamente nuovo). La Penisola risulta viceversa meno attraente per quelle realtà europee che già da tempo effettuano soggiorni turistici all'estero (Olanda, Germania, Regno Unito, Belgio, Irlanda) e che più appaiono simili ai Paesi oggetto di analisi nel precedente sottoparagrafo.

In media, un incremento dell'1% delle presenze in  $t-1$  ( $PREIT(-1)$ ) comporta un aumento delle presenze in  $t$  dello

0,5%. Come ovvio questa variabile rileva in misura maggiore per la fascia di clientela che presenta in misura maggiore i caratteri del turista di routine (Olanda, Danimarca, Germania, Regno Unito, Irlanda, Belgio). Viceversa risultano meno influenzati dalle trascorse esperienze nella Penisola, tanto coloro che da poco si sono affacciati sul panorama turistico internazionale (e che quindi non possono essere influenzati da esperienze che non posseggono), quanto i Paesi che presentano la maggiore distanza geografica rispetto all'Italia (per i quali risulta oggettivamente più difficoltoso instaurare con la Penisola rapporti turistici abitudinari).

Rispetto alla variabile che denota la competitività di prezzo italiana ( $PTIT/PTSC_x$ ), un incremento della medesima dell'1% comporta, in media, un aumento delle presenze dello 0,5%. La variabile rileva per tutte le realtà analizzate, eccezion fatta per Spagna e Portogallo<sup>19</sup>. Anche se tutti i Paesi presentano simili sensibilità rispetto a variazioni della competitività di prezzo italiana (i coefficienti sono perlopiù compresi in una fascia che va da 0,4 a 0,6) è possibile notare come, in linea con quanto detto precedentemente, i coefficienti di elasticità più elevati siano posseduti dalle Nazioni rispetto alle quali la Penisola si presenta in misura maggiore quale prodotto turistico di acquisto abituale (Danimarca, Germania, Olanda, Austria).

*Il modello delle regioni italiane*

Sintetizzando le principali risultanze empiriche rispetto al fenomeno turistico regionale è senz'altro possibile evidenziare due dati di fondo:

- l'Italia era e resta connotata da profondi differenziali di turisticità fra le aree che la compongono: ad un'Italia fortemente turistica collocata prevalentemente nelle zone centrali e Nord Orientali si affiancano due aree denotate da bassi livelli di attrattività situate nelle zone Nord Occidentali e meridionali;
- a fronte di questo dislivello strutturale l'ultimo decennio evidenzia risultati incoraggianti per le regioni meno turistiche che le quali, nel complesso, mostrano tassi di crescita delle presenze superiori a quelli delle zone a maggiore turisticità.

Un risultato che è quindi auspicabile attendersi dal modello econometrico della distribuzione dei flussi turistici fra le regioni italiane è senz'altro che esso riesca a spiegare, tanto le cause dell'esistenza dei differenziali strutturali di turisticità regionale, quanto quelle dei maggiori tassi di crescita del turismo internazionale registrati nell'ultimo decennio nelle realtà storicamente meno attrattive della Penisola.

<sup>19</sup> I risultati di Spagna e Portogallo possono essere giustificati alla luce delle caratteristiche di coloro che praticano turismo estero in quei Paesi: di fronte a realtà complessive ancora relativamente povere, coloro che possono permettersi di optare per forme di turismo estero risultano perlopiù i componenti la fascia più agiata della popolazione. Posto in questa ottica è quindi ragionevole sostenere che il turismo internazionale praticato da spagnoli e portoghesi non risulti sostanzialmente influenzato da fattori di prezzo.

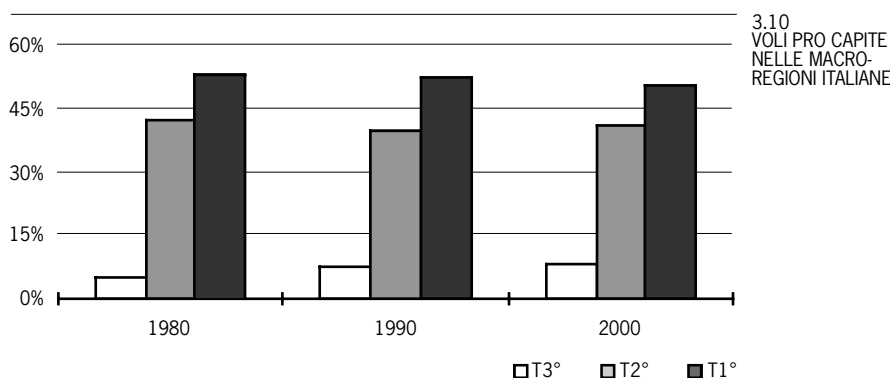
La tabella 3.9 riassume quindi le risultanze del modello econometrico multiregionale.

Rispetto alla variabile che approssima il livello di accessibilità regionale via-aria ( $AER_x$ ) è possibile notare come essa appaia significativa per tutte le nazionalità oggetto di studio. In media, un incremento dell'1% dei voli pro capite regionali comporta un aumento dello 0,08% delle presenze turistiche internazionali.

3.9  
I RISULTATI DEL  
MODELLO  
MULTIREGIONALE

Paese	OFFALB <sub>x</sub>										
	AER <sub>x</sub>		DIST <sub>x</sub>		T3°		T2°		T1°		RSQ corretto
	Coef.	Test t	Coef.	Test t	Coef.	Test t	Coef.	Test t	Coef.	Test t	
Austria	0,10	6,47	-2,81	-9,22	1,10	10,86	0,80	7,43	0,78	6,57	0,67
Bel. - Luss.	0,03	1,68	-2,35	-6,85	1,27	12,42	0,85	8,23	0,81	6,55	0,65
Danimarca	0,10	7,08	-5,63	-9,11	0,85	6,69	0,37	2,99	0,22	1,63	0,75
Finlandia	0,11	6,43	-1,96	-1,90	1,65	14,20	1,02	8,47	1,02	7,74	0,66
Francia	0,06	3,67	-1,49	-5,83	0,86	8,07	0,42	3,77	0,37	2,81	0,53
Germania	0,09	6,31	-5,30	-10,78	0,89	7,91	0,79	7,64	0,68	5,59	0,70
Irlanda	0,08	5,48	-2,60	-5,57	0,88	8,40	0,51	4,79	0,34	2,71	0,57
Norvegia	0,12	8,48	-0,14	-0,25	1,53	15,23	0,97	9,49	0,74	6,30	0,70
Olanda	0,04	2,66	-5,35	-13,13	0,87	8,77	0,48	4,85	0,34	2,96	0,74
Portogallo	0,07	5,31	-5,33	-10,52	0,72	7,95	0,34	3,64	0,06	0,55	0,69
Regno Unito	0,05	3,18	-3,38	-9,74	0,99	9,82	0,52	5,04	0,48	0,39	0,66
Spagna	0,09	6,28	-3,29	-8,71	0,85	9,38	0,42	4,49	0,06	0,52	0,72
Svezia	0,10	6,82	-2,42	-3,12	1,46	13,65	0,88	8,34	0,75	6,40	0,74
Svizzera	0,11	8,32	-0,24	-1,83	1,45	15,64	1,18	12,38	1,09	9,43	0,61
Stati Uniti	0,08	5,83	0,24	1,41	0,83	10,56	0,35	4,08	0,01	0,05	0,63
Australia	0,08	5,72	-0,11	-0,75	0,93	11,29	0,47	5,40	0,08	0,73	0,65
Giappone	0,10	5,26	-0,64	-2,65	0,91	8,29	0,35	2,91	0,09	0,62	0,52

Richiamando la distinzione fatta nel primo paragrafo fra regioni altamente turistiche (denotate dall'indice T1°), aree mediamente turistiche (denotate dall'indice T2°) e regioni scarsamente turistiche (denotate dall'indice T3°) il grafico 3.10 mostra, in un ottica cross-section, l'enorme disparità esistente fra le tre macro-regioni in ordine alle rispettive possibilità di raggiungimento via-aria.



Fonte: Ministero dei Trasporti e della Navigazione

Analizzando i dati in un'ottica di confronto infra-regionale risulta subito evidente come l'area meno turistica del Paese (T3°) si trovi in una posizione di netto svantaggio strutturale, tanto rispetto al gruppo T2°, quanto soprattutto rispetto alla classe T1°.

In un contesto globale che registra un utilizzo sempre maggiore del mezzo di trasporto aereo ai fini dell'effettuazione di soggiorni turistici, questo svantaggio strutturale contribuisce senz'altro a spiegare i bassi livelli di attrattività mostrati dalle classi T2° e T3°.

Fortunatamente, dinamiche differenziate fra le diverse aree del Paese hanno comportato, nell'ultimo ventennio, una progressiva riduzione di questo dislivello: a fronte di aumenti generalizzati dei voli pro capite nelle diverse macro-aree (181%), sono proprio le regioni meno turistiche a mostrare le dinamiche più vivaci, incrementando così il loro peso sul totale nazionale dal 5% del 1980 all'8% del 2000.

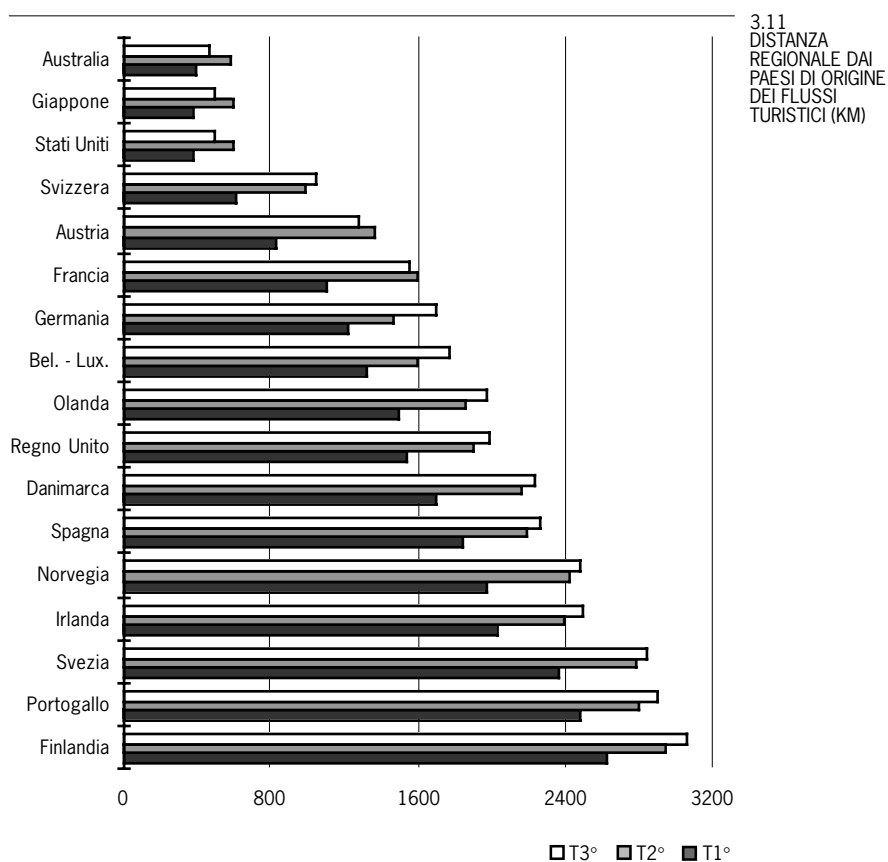
Le considerazioni effettuate nel corso di tutto il testo riguardo all'importanza crescente del mezzo di trasporto aereo, tanto quale mezzo di spostamento privilegiato per i soggiorni internazionali, quanto quale primario strumento di emancipazione per le aree del Paese che mostrano le maggiori distanze geografiche dalle origini dei flussi turistici, portano senz'altro ad individuare nella recente dinamicità mostrata da questa determinante nelle zone storicamente meno attrattive della Penisola, una causa importante degli elevati tassi di incremento delle presenze in esse registrate negli ultimi anni.

Se al fine di migliorare la propria attrattività una regione può incrementare il proprio livello di accessibilità, dotarsi di strutture ricettive quantitativamente e qualitativamente adeguate, perseguire politiche di prezzo competitive, ecc., essa non può certo essere in grado di ridurre la distanza chilometrica ( $DIST_x$ ) che la separa dalle principali origini dei flussi! In un contesto nazionale in cui ancor oggi, nonostante il costante incremento relativo di coloro che raggiungono la Penisola utilizzando l'aereo, circa il 70% degli arrivi è composto da visite in auto, la distanza chilometrica fra origini e destinazioni si pone come uno dei principali ostacoli alla visita delle realtà più difficilmente raggiungibili via terra.

Non è quindi un caso che le mete più distanti dai Paesi di origine corrispondano sostanzialmente alle aree meno turistiche del Paese: il grafico 3.11 mostra chiaramente questo concetto.

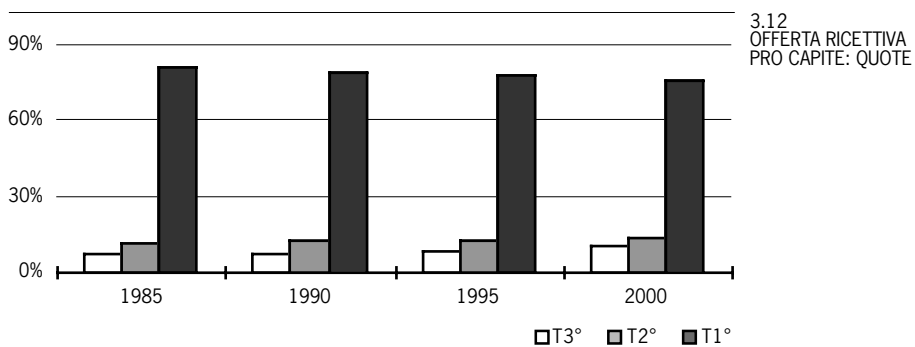
I risultati della regressione (Tab. 3.9) confermano pienamente le ipotesi effettuate: essi mostrano come la distanza risulti significativa per l'82% delle nazionalità analizzate; per esse, in media, un incremento della distanza chilometrica dell'1% comporta una riduzione delle visite di ben 3,1 punti percentuali.

Come si ricorderà, la variabile che denota il livello dell'offerta ricettiva ( $OFFALB_x$ ) è espressa quale determinante a parametri differenziati fra le diverse realtà turistiche italiane.



Fonte: [www.viamichelin.com](http://www.viamichelin.com)

L'analisi dei dati relativi alla consistenza del parco ricettivo (Graf. 3.12) mostrano innanzitutto un quadro strutturale che denota il permanere di profondi dislivelli fra le diverse aree del Paese. Se in media l'area T1° mostra infatti un livello di 0,73 posti letto pro capite (pari circa all'80% del totale nazionale),

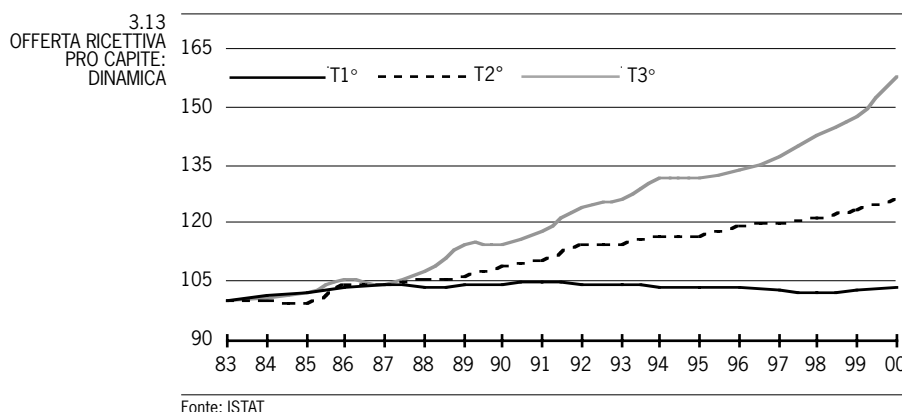


Fonte: ISTAT

le classi T2° e T3° si presentano rispettivamente con valori di soltanto 0,12 e 0,08 posti letto.

A fronte di questa enorme disparità sussistente fra le diverse macro-regioni sembra quindi opportuno chiedersi se essa risulti semplicemente quale conseguenza diretta delle differenze fra i rispettivi livelli di presenze turistiche oppure ne costituisca, almeno in parte, la causa.

L'analisi dei dati relativi alla dinamica dell'offerta ricettiva può essere utile a chiarire questo punto (Graf. 3.13).



A fronte di una sostanziale stabilità della serie relativa all'area T1°, tanto il raggruppamento T2° quanto, soprattutto, la classe T3° presentano dinamiche espansive particolarmente vivaci già a partire dall'inizio degli anni novanta (con incrementi complessivi del livello di posti letto pro capite, rispettivamente del 30 e del 70%).

L'espansione del parco ricettivo non deve essere esclusivamente intesa quale semplice incremento dei posti-letto volti all'accoglienza dei turisti. Estendere il proprio parco ricettivo significa anche incrementare e valorizzare le risorse turistiche esistenti nelle vicinanze del medesimo, porre in atto politiche promozionali volte alla maggiore e più consapevole conoscenza dei siti turistici adiacenti, in una parola, incrementare il livello qualitativo (oggettivo o percepito tale soggettivamente) dell'area turistica nella quale ci si trova ad operare<sup>20</sup>.

L'analisi del dato dinamico letta secondo questa linea interpretativa mostra quindi, a partire dall'inizio degli anni novanta, un processo di rilancio delle risorse turistiche complessive collocate nelle aree meno conosciute della Penisola (in particolare quelle della classe T3°) che travalica decisamente il semplice concetto di incremento quantitativo dei posti letto disponibili.

<sup>20</sup> Seguendo la linea teorica postulata dal sistema di consumo á la Lancaster questo dovrebbe comportare, *ceteris paribus*, un incremento nell'acquisto del bene oggetto di rivalutazione qualitativa.

Discorso inverso sembra potersi effettuare per l'area T1°. Avendo già dato adito a tutte le politiche che soltanto adesso sembrano iniziare a connotare le realtà meno turistiche, l'area T1° da un lato risulta già caratterizzata da un livello di ricettività adeguato all'accoglienza di grandi masse di visitatori (e molto più prossimo, rispetto macro-regioni T2° e T3°, al raggiungimento di un obiettivo livello di saturazione da offerta<sup>21</sup>) e dall'altro avverte in misura minore la necessità di incrementare il proprio, già elevatissimo, grado visibilità sul panorama turistico internazionale.

Rimanendo nell'ottica di un approccio interpretativo top-down è possibile notare come nell'ultimo decennio, una volta optato per un soggiorno in Italia, il turista internazionale si trovi, in ordine alla terza fase del processo di scelta, di fronte ad una situazione relativamente nuova. Accanto ad una realtà turistica già conosciuta, visitata ed apprezzata, egli è posto nella condizione di valutare seriamente anche l'opzione di visitare le aree meno turistiche le quali, in virtù delle recenti politiche espansive adottate, si presentano quali realtà denotate, tanto da un maggior livello di attrattività, quanto da una maggiore disponibilità di posti-letto.

Ecco che le scelte turistiche internazionali iniziano ad indirizzarsi in misura più omogenea nelle diverse aree della Penisola: di fronte alla risposta positiva fornita dagli sforzi di riqualificazione, le aree meno turistiche, ancor lontane dal raggiungimento delle rispettive soglie di saturazione e semmai di fronte al permanere di una situazione di razionamento da offerta, possono continuare gli sforzi espansivi intrapresi, dando vita ad un circolo virtuoso offerta-qualità-presenze che riesce a porle nei periodi recenti quali realtà in cui le presenze turistiche internazionali mostrano le dinamiche più soddisfacenti.

I risultati scaturenti dall'analisi di regressione (vedi Tab. 3.9) sembrano confermare sostanzialmente questa linea interpretativa.

Da un lato la variabile che denota il livello di strutture ricettive risulta statisticamente significativa per tutte le nazionalità che dirigono i rispettivi flussi turistici, tanto verso l'area T2°, quanto verso l'area T3°; al contrario, solo il 60% delle nazionalità che si dirigono verso l'area T1° risultano positivamente influenzate dal livello di offerta.

Mentre le regioni meno turistiche della Penisola appaiono quali realtà altamente sensibili ai rispettivi livelli di offerta ai fini dell'incremento dei flussi di domanda, la classe T1° non sembra presentare una simile sensibilità. Se da un lato le regioni turistiche pur vedendo incrementare i propri flussi in entrata non necessitano di rafforzare in misura sostanziale il proprio parco ricettivo, dall'altro, eventuali incrementi di quest'ultimo non comportano per tutte le nazionalità ulteriori crescite nella domanda turistica.

<sup>21</sup> Cfr. Capitolo 2: Il ciclo di vita del prodotto turistico.

Inoltre, esaminando specificamente i valori assunti dai coefficienti, si nota altresì come, in media, un incremento dell'1% dell'offerta, comporti una crescita della domanda:

- dello 0,65% per l'area T1°;
- dello 0,63% per la classe T2°;
- dell'1,01% per il raggruppamento T3°.

Queste ulteriori risultanze evidenziano chiaramente come la necessità di strutture ricettive sia avvertita in misura maggiore nella macro-regione meno turistica del Paese: per essa, incrementi di offerta ricettiva tendono a trasformarsi in corrispondenti aumenti nelle presenze, quasi a sottolineare come l'interesse turistico internazionale verso queste regioni travalichi attualmente la capacità dei suoi operatori a farvi fronte.

La sostanziale coincidenza fra i coefficienti relativi alle aree T2° e T3° non deve trarre in inganno. Innanzitutto, mentre per l'area T1° il coefficiente di elasticità media viene calcolato su un insieme di sole undici nazionalità (poiché rispetto alle altre la variabile non risulta significativa), per l'area T2° il medesimo risulta dalla considerazione congiunta di tutti i diciassette Paesi oggetto di studio<sup>22</sup>.

Inoltre, a ulteriore dimostrazione di come l'offerta rilevi in misura maggiore per le realtà appartenenti alla macro-regione T2° è essenziale ricordare come la risultanza del medesimo coefficiente sia frutto di due dinamiche sostanzialmente opposte rispetto a questa determinante. Se l'area T2° avverte la necessità di incrementare il proprio parco ricettivo per riuscire ad incanalare le esigenze crescenti dei turisti internazionali ivi diretti, l'area T1°, non avvertendo questa necessità, mantiene un livello di offerta sostanzialmente stabile: le regioni turistiche, non trovandosi di fronte ai fenomeni di razionamento fronteggiati da T2° non si configurano quindi realtà in cui le politiche dell'offerta posseggono un peso rilevante ai fini della determinazione del livello di domanda<sup>23</sup>.

Fra le variabili ipotizzate significative ai fini della spiegazione del fenomeno turistico internazionale e non risultate tali alla luce dell'analisi di regressione, la determinante che approssima la competitività di prezzo regionale (rapporto fra i prezzi della regione considerata ed i prezzi delle altre regioni italiane) merita sicuramente menzione.

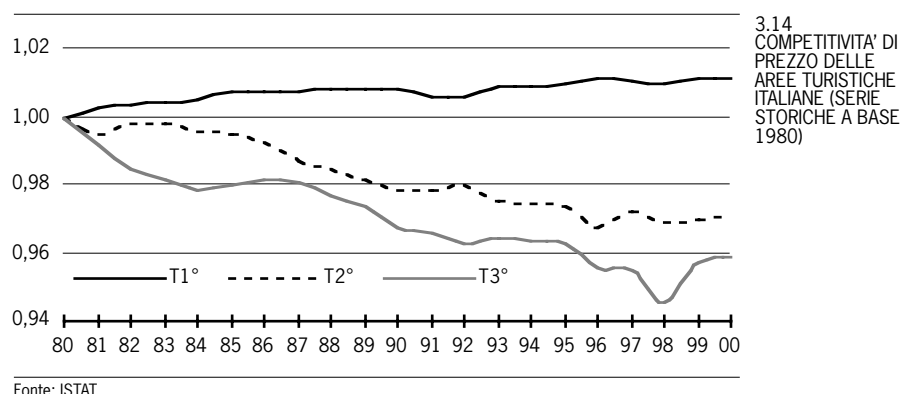
Prima di cercare di spiegare i motivi di un tale risultato sembra opportuno analizzare le serie degli indici che rapportano i prezzi regionali a quelli delle realtà concorrenti.

Dal grafico 3.14 emerge chiaramente una tendenza di fondo: se da un lato la competitività di prezzo delle Regioni mag-

<sup>22</sup> Il coefficiente di elasticità media della classe T1° risultante dalla considerazione congiunta delle 17 nazionalità sarebbe infatti stato pari a 0,47.

<sup>23</sup> Detto in altri termini, se per assurdo l'area T1° avesse, *ceteris paribus*, incrementato la propria offerta in misura eguale all'area T2°, la regressione avrebbe probabilmente restituito coefficienti molto più minori relativamente alla macro-regione più turistica della Penisola.





giormente turistiche subisce, nel periodo considerato, un costante seppure lieve deterioramento, dall'altro lato, tanto l'area T2°, quanto soprattutto la classe T3°, incrementano fortemente la loro competitività rispetto alle proprie concorrenti.

Questa tendenza si mantiene costante sino al 1995, anno a cui fa seguito un periodo di sostanziale consolidamento delle posizioni acquisite. Dal 1995 in poi, ovvero nel periodo di massima crescita del turismo internazionale, si assiste dunque a un quadro strutturale di maggiore competitività delle aree meno turistiche ed a un quadro dinamico sostanzialmente stabile.

Dal punto di vista delle presenze, la seconda metà degli anni novanta si presenta in maniera diametralmente opposta: dal punto di vista strutturale l'area T1° si mantiene, pur con prezzi relativamente elevati, al vertice della turisticità nazionale, mentre dal punto di vista dinamico l'area T2° e T3°, pur non migliorando la propria competitività di prezzo, si presentano come le realtà dove le presenze turistiche internazionali fanno registrare i maggiori incrementi. È quindi chiaro come la variabile esaminata non sia in grado, né di spiegare il quadro strutturale del turismo italiano, né tantomeno di fornire elementi esplicativi finalizzati all'interpretazione del dato dinamico.

I risultati della regressione effettuata includendo questa variabile fra le determinanti dei flussi turistici non mostrati dal presente contributo restituiscono infatti, per la stragrande maggioranza dei Paesi, coefficienti positivi e significativi, ovvero forniscono risultanze opposte rispetto alle assunzioni teoriche effettuate.

Una più attenta riflessione sul tema, ha dunque condotto a interpretare questi dati quale frutto dell'influenza congiunta di almeno due fattori.

Una volta scelta l'Italia (anche sulla base della competitività di prezzo) quale meta definitiva di soggiorno internazionale, il turista straniero tende a prescindere da ulteriori confronti di prezzo ai fini della determinazione della Regione di destinazione: i fattori che determinano la decisione in ordine al terzo stadio del processo di scelta divengono a questo punto di natura non strettamente economica (distanza, collegamenti aerei,

quantità e qualità delle strutture ricettive). L'evidenza secondo la quale le Regioni più visitate coincidano con le aree più costose si giustifica semplicemente con la sostanziale posizione monopolistica da esse acquisita nel corso degli anni. Gli operatori economici delle aree maggiormente turistiche possono cioè permettersi, proprio in virtù del loro livello di attrattività, di perseguire politiche di prezzo non competitive pur continuando ad attirare i medesimi visitatori. In questo senso è possibile delineare una relazione fra domanda e prezzi completamente ribaltata rispetto all'ipotesi iniziale: la domanda turistica tende a divenire la determinante positiva dei prezzi al consumo regionali.

Anche in virtù dell'elevata disponibilità monetaria di coloro che effettuano turismo internazionale nella Penisola, è possibile che la variabile prezzo venga anche assunta come proxy del livello qualitativo di una determinata area geografica: se così fosse, sarebbe possibile ipotizzare per questa variabile l'esistenza di una relazione di segno positivo con il fenomeno analizzato.

L'eccessiva speculazione teorica che l'inserimento di questa determinante impone ai fini della sua interpretazione allontana sicuramente dallo scopo fondamentale di ogni modello econometrico, ovvero fornire interpretazioni il quanto più possibile univoche delle relazioni esistenti fra i fenomeni.

#### 4. STIME 2002: MODELLI DI PACE IN TEMPO DI GUERRA

##### 4.1 Dalle partenze internazionali alle presenze regionali

La fase di rallentamento economico verificatasi nel biennio 2001-2002 sembra aver inciso fortemente sui flussi internazionali in uscita. Il modello econometrico (Tab. 4.1) stima infatti, per l'anno 2002, un incremento delle partenze pari soltanto a 1,5 punti percentuali. I tassi di crescita stimati dovrebbero quindi risultare ampiamente inferiori quelli registrati nel decennio precedente (3,5% nel periodo 1990-2000).

Paesi	Valori assoluti 2002	Variazioni %	
		2002/2001	2000/1990
Austria	5.823.545	0,3	3,5
Belgio - Lussemburgo	8.748.705	1,0	2,6
Danimarca	3.786.369	3,6	1,9
Finlandia	1.487.062	4,6	-1,6
Francia	14.474.493	1,5	2,4
Germania	65.392.269	0,8	2,8
Irlanda	5.367.918	9,4	6,8
Norvegia	1.489.253	13,4	-1,4
Olanda	20.657.813	2,1	3,5
Portogallo	1.997.674	3,5	9,2
Regno Unito	52.445.280	2,0	6,5
Spagna	6.839.568	4,3	1,7
Svezia	4.722.090	3,7	0,7
Svizzera	10.269.743	3,6	1,2
Stati Uniti	41.233.017	1,1	3,8
Australia	4.192.193	3,2	4,1
Giappone	12.465.322	-5,8	4,7
TOTALE	261.392.314	1,5	3,5

4.1  
PARTENZE  
INTERNAZIONALI:  
STIME 2002

In questo quadro generale il modello econometrico delle presenze in Italia (Tab. 4.2) stima per il 2002 tassi di incremento medi del 4%, cioè ben al di sopra di quelli che dovrebbero caratterizzare le partenze internazionali. La positività del risultato complessivo necessita tuttavia di essere ulteriormente indagata da almeno due punti di vista. Anche i soggiorni internazionali in Italia risentono negativamente della fase di rallentamento economico mondiale del periodo 2001-2002. Infatti, seppur migliori di quelli stimati per le partenze, i tassi di crescita dei flussi in entrata dovrebbero risultare inferiori, tanto a quelli registrati nel decennio passato (5% nel periodo 1990-2000), quanto soprattutto a quelli degli anni successivi al processo svalutativo iniziato nel 1992 (7,2%

4.2  
PRESENZE IN ITALIA:  
STIME 2002

Paesi	Valori assoluti 2002	Variazioni %		
		2002/2001	2000/1990	2001/1993
Austria	8.581.729	0,4	6,0	7,6
Belgio-Lussemburgo	4.428.615	8,7	4,5	5,9
Danimarca	2.784.886	11,9	8,9	12,7
Finlandia	798.916	15,1	2,6	8,7
Francia	10.251.540	5,6	4,7	7,6
Germania	54.760.414	2,0	4,8	6,4
Irlanda	1.106.122	29,5	12,8	17,4
Norvegia	641.021	-11,2	8,4	9,6
Olanda	8.303.051	12,1	8,8	12,8
Portogallo	597.636	4,0	7,2	9,4
Regno Unito	11.618.901	8,8	5,7	9,1
Spagna	3.353.180	3,6	5,0	7,4
Svezia	1.887.127	6,9	4,2	7,3
Svizzera	7.162.598	4,6	2,8	4,7
Stati Uniti	9.047.536	1,7	5,6	7,8
Australia	1.067.141	0,7	4,1	6,4
Giappone	2.951.647	-6,4	7,7	7,7
TOTALE	129.342.059	4,0	5,0	7,2

nel periodo 1993-2001). In secondo luogo, se è vero che in un contesto di rallentamento economico generale il turismo in Italia riesce a far registrare performance superiori alla media questo risultato è probabilmente interpretabile quale conseguenza diretta della tipologia di visitatori che effettuano soggiorni turistici nella Penisola. Essendo in buona parte meta di turisti operanti secondo logiche di tipo ripetitivo l'Italia appare una realtà nella quale i soggiorni internazionali risultano relativamente poco sensibili a considerazioni inerenti il reddito dei Paesi di origine<sup>24</sup>. Questa constatazione, che dal punto di vista econometrico si riflette nei bassi coefficienti associati alla variabile "Partenze" o nell'assenza di significatività statistica della medesima, implica quale conseguenza naturale una ridotta "sensibilità turistica" italiana a congiunture internazionali negative quali quella del biennio 2001-2002.

Visto che nell'arco temporale analizzato le determinanti del turismo regionale risultano connotate da una sostanziale stabilità dei rispettivi trend, sembra ragionevole ipotizzare per esse, anche nel 2002, tassi di crescita simili a quelli riscontrati nel periodo precedente. Basate su uno scenario che pone, per l'anno oggetto di stima, tassi di crescita delle determinanti del turismo regionale pari agli incrementi medi registrati nel periodo 1998-2001, le previsioni fornite dal modello econometrico (Tab. 4.3) sembrano evidenziare il proseguimento di quel processo di erosione della dominanza delle aree maggiormente turistiche a favore di quelle meno conosciute. Raggruppando le regioni secondo il consueto schema di classificazione, il 2002 dovrebbe quindi far registrare incrementi medi delle presenze internazionali pari al:

- 3,8% per l'area T1°;
- 4,5% per la classe T2°;
- 5,4% per il raggruppamento T3°.

<sup>24</sup> Cfr. § 3.3.

Paesi	Valori assoluti 2002	Variazioni %		
		2002/2001	1991/2001	1993/2001
Piemonte	3.319.516	3,1	5,5	7,4
Valle d'Aosta	760.844	4,9	4,6	7,9
Lombardia	9.399.291	5,6	4,1	6,0
Trentino	19.847.633	1,9	3,0	4,1
Veneto	30.216.006	4,0	6,5	8,7
Friuli	3.322.110	2,3	4,9	7,2
Liguria	3.772.966	1,6	1,1	3,7
Emilia Romagna	7.538.785	4,0	4,3	4,8
Toscana	16.357.158	4,6	7,1	10,0
Umbria	1.793.936	4,1	8,3	11,1
Marche	1.262.229	3,7	6,6	5,3
Lazio	12.591.302	5,9	6,2	9,1
Abruzzo	798.963	2,5	5,7	8,5
Molise	38.702	7,0	69,2	93,4
Campania	8.509.116	3,4	4,6	6,7
Puglia	1.152.608	12,0	5,8	8,8
Basilicata	209.841	11,3	7,5	10,1
Calabria	726.542	7,9	15,2	24,7
Sicilia	5.224.001	4,5	6,4	11,0
Sardegna	2.500.513	4,3	6,6	11,5
T1°	96.200.738	3,8	5,1	7,1
T2°	26.895.149	4,5	4,8	7,3
T3°	6.246.172	5,4	5,8	8,3
ITALIA	129.342.059	4,0	5,0	7,2

4.3  
PRESENZE NELLE  
REGIONI ITALIANE:  
STIME 2002

## 4.2

### Modelli “di pace” in tempo di guerra

Se nel complesso il modello costruito sembra riflettere in modo adeguato alcune delle caratteristiche principali del fenomeno turistico internazionale, esso non risulta certamente in grado cogliere gli effetti complessivi dell’attento terroristico dell’11 settembre 2001.

La causa principale della deficienza esplicativa del modello è senz’altro rintracciabile nelle conseguenze psicologiche indotte dal crollo delle Torri Gemelle, conseguenze che travalicano certamente i pur importanti effetti economici dell’evento.

Gli avvenimenti dell’11 settembre hanno infatti comportato l’instaurarsi di una percezione di insicurezza individuale diffusa che, come testimoniano le difficoltà attraversate in questi anni dalle compagnie aeree di tutto il mondo, ha fortemente ridotto la propensione individuale ad effettuare spostamenti via-aria.

Visto che la probabilità di rinunciare ad effettuare uno spostamento internazionale sarà tanto maggiore quanto meno il viaggio risulterà strettamente necessario, è naturale individuare nel settore turistico (alimentato per definizione da individui che compiono spostamenti non necessari) uno dei comparti economici maggiormente danneggiati dal nuovo quadro mondiale.

Quindi, se il modello riesce a riflettere le conseguenze sul turismo indotte dalle difficoltà di origine puramente economica che caratterizzano il 2002, esso non appare minimamente in

grado di adeguarsi al nuovo quadro psicologico che si accompagna e che in parte determina queste difficoltà.

Ecco il motivo principale che porta a ritenere eccessivamente ottimistiche le previsioni effettuate: queste stime, frutto di coefficienti che riflettono prassi comportamentali radicatesi in “tempo di pace”, sono effettivamente collocate in un contesto mondiale di “guerra permanente”.

Alla luce di quanto detto è quindi plausibile valutare la previsione di incremento del 4% dei flussi internazionali in entrata quale stima di una crescita potenziale che si sarebbe dovuta verificare stante un contesto di sicurezza internazionale quale quello precedente al crollo delle Torri Gemelle.

I dati ISTAT relativi all'anno 2002 (Tab. 4.4) delineano infatti un quadro complessivo molto meno lusinghiero di quello evidenziato dal modello econometrico: dopo otto anni di crescita ininterrotta i turisti internazionali fanno registrare nel 2002 un decremento medio pari allo 0,1%.

4.4 STIME E OSSERVAZIONI RELATIVE ALL'ANNO 2002	Regioni	Stime econometriche	Dati provvisori ISTAT
	Piemonte	3,1	-5,0
	Valle d'Aosta	4,9	11,5
	Lombardia	5,6	-0,5
	Trentino	1,9	3,4
	Veneto	4,0	-4,5
	Friuli Venezia Giulia	2,3	-4,0
	Liguria	1,6	2,3
	Emilia Romagna	4,0	-1,6
	TOSCANA	4,6	3,4
	Umbria	4,1	1,7
	Marche	3,7	1,8
	Lazio	5,9	1,6
	Abruzzo	2,5	4,1
	Molise	7,0	5,8
	Campania	3,4	-2,1
	Puglia	12,0	6,0
	Basilicata	11,3	1,9
	Calabria	7,9	12,7
	Sicilia	4,5	-3,9
	Sardegna	4,3	7,8
	T1°	3,8	0,0
	T2°	4,5	-0,7
	T3°	5,4	0,8
	ITALIA	4,0	-0,1

Visto che nel periodo 1984-1999 il modello presentava una buona aderenza dei dati stimati alle osservazioni empiriche è possibile individuare nello scarto esistente fra stime ed osservazioni relativo al 2002 la conseguenza diretta del nuovo contesto internazionale instauratosi dopo l'attentato dell'11 settembre.

In termini quantitativi il danno inflitto da questo avvenimento al comparto turistico italiano è quindi valutabile approssimativamente in una riduzione della crescita potenziale pari a

circa sei milioni e duecentomila presenze<sup>25</sup>. Visto che questa stima si riferisce esclusivamente alla perdita di turisti provenienti dalle diciassette nazionalità oggetto di studio (circa l'85% delle presenze complessive) è quindi probabile che il danno relativo al complesso delle nazionalità estere ammonti nel 2002 a circa sette milioni e trecentomila presenze<sup>26</sup>.

Dal confronto disaggregato fra stime e dati ISTAT emerge inoltre come gli avvenimenti terroristici del 2001 abbiano danneggiato soprattutto le aree meno turistiche della Penisola.

Se lo scarto fra dinamica potenziale ed effettiva ammonta in media a 4,1 punti percentuali, considerando separatamente le tre macro-aree italiane si osservano perdite percentuali pari a:

- 3,8 punti per l'area T1°;
- 5,2 punti per la classe T2°;
- 4,6 punti per il raggruppamento T3°.

Sembra ragionevole imputare questo risultato all'importanza che il fattore distanza ha storicamente mostrato nell'orientare i flussi turistici internazionali fra le diverse regioni italiane.

È già stato ampiamente mostrato come la sempre maggiore propensione individuale all'utilizzo dell'aereo quale mezzo privilegiato per gli spostamenti internazionali costituisca uno dei requisiti principali per "l'emancipazione turistica" delle aree meno conosciute della Penisola. L'attentato dell'11 settembre ha nuovamente portato alla ribalta la distanza che separa le origini dalle destinazioni dei flussi quale primario deterrente al turismo regionale.

Se da un lato i residenti dei Paesi extra-europei, costretti a spostarsi in aereo per raggiungere la Penisola, possono scegliere esclusivamente di non venire in Italia (danneggiando così in egual misura le diverse regioni), dall'altro lato i turisti dei vicini Stati europei, di fronte all'attuale riduzione della propensione all'utilizzo dell'aereo, possono anche scegliere di impiegare la propria auto per effettuare soggiorni turistici nella Penisola. La riduzione della distanza percorribile che si associa all'utilizzo dell'auto ha probabilmente comportato riorientamento dei flussi turistici che avvantaggia le regioni più vicine ai confini (area T1°) e sfavorisce quelle più distanti dai medesimi (aree T2° e T3°).

Il contesto psicologico generato dall'attentato alle Torri Gemelle porta quindi con sé un'ulteriore conseguenza negativa per il comparto turistico nazionale: esso danneggia in misura maggiore proprio quelle regioni che più necessiterebbero del turismo quale importante motore di sviluppo delle rispettive economie locali.

<sup>25</sup> 1.750.000 visitatori, basandosi sui dati relativi alla permanenza media degli stranieri indicata dall'ISTAT per il 2002.

<sup>26</sup> La stima appare addirittura troppo ottimistica in virtù della considerazione che le nazionalità escluse dal contesto di analisi fanno quasi esclusivamente parte dell'area geografica extra-europea. Questi Paesi, necessitando obbligatoriamente di utilizzare l'aereo ai fini del raggiungimento della Penisola, appaiono quindi come le realtà sulle quali gli avvenimenti dell'11 settembre possano aver inciso nella misura più forte.





## 5. CONCLUSIONI

Basato sull'ipotesi dell'esistenza di un processo decisionale distinto in tre fasi sequenziali di scelta, il modello econometrico elaborato sembra spiegare adeguatamente le determinanti essenziali dei flussi turistici internazionali rivolti alle varie realtà territoriali della Penisola.

Le risultanze principali del presente contributo sembrano riassumibili come segue.

Il turismo internazionale in uscita si presenta effettivamente quale bene di lusso, motivo per cui, esso appare decisamente sensibile alle variazioni di reddito dei Paesi di origine e relativamente meno reattivo a variazioni inerenti i prezzi.

Tuttavia, buona parte di coloro che scelgono l'Italia quale meta del proprio soggiorno internazionale (in particolar modo i residenti dei Paesi europei) presentano almeno in parte, tanto in virtù delle remote tradizioni di accoglienza turistica che caratterizzano la Penisola, quanto in virtù delle peculiarità che contraddistinguono i principali Paesi di origine dei flussi ad essa rivolti, i caratteri del turista di routine. Per essi il prodotto turistico italiano tende a perdere le caratteristiche tipiche dei beni di lusso per avvicinarsi in misura maggiore a quelle dei beni di acquisto abituale, motivo per cui, ai fini della scelta di soggiornare in Italia, valutazioni inerenti il reddito perdono relativamente rilevanza, mentre acquistano maggiore importanza considerazioni riguardanti la competitività di prezzo.

Quando si tratta di scegliere la specifica realtà locale dove trascorrere effettivamente il proprio soggiorno internazionale sono soprattutto fattori di ordine non strettamente economico a rilevare in maniera decisiva. Se da un lato le differenze di prezzo esistenti fra le regioni non sembrano influire minimamente sulle scelte dei visitatori internazionali<sup>27</sup>, dall'altro la distanza sussistente fra origini dei flussi e destinazioni dei medesimi sembra costituire un fattore di primaria importanza. La rilevanza esplicativa del fattore distanza sembra tuttavia ridursi progressivamente con il passare del tempo, stante il costante incremento di coloro che utilizzano l'aereo quale mezzo privilegiato per l'effettuazione spostamenti oltre confine. Questa nuova situazione, prerequisito essenziale per un processo di "emancipazione turistica" delle regioni meno conosciute della Penisola, accompagnata nell'ultimo decennio da un deciso incremen-

<sup>27</sup> Le regioni che presentano la minore competitività di prezzo risultano effettivamente le aree più turisticizzate della Penisola.

to e riqualificazione dell'offerta nelle medesime (intesa tanto in termini di accessibilità via aerea quanto in termini di strutture ricettive volte all'accoglienza dei turisti) sembra aver dato inizio ad una fase di progressiva erosione della posizione di dominanza assoluta mostrata dalla ristretta cerchia delle aree maggiormente turisticizzate del Paese.

Sulla base di questo quadro esplicativo generale si inseriscono quindi le stime sui flussi turistici internazionali relative al 2002.

La fase di rallentamento economico verificatasi a partire dal 2001 sembra incidere fortemente sui flussi internazionali in uscita. Il modello econometrico stima infatti, per l'anno 2002, un incremento delle partenze pari soltanto a 1,5 punti percentuali.

All'interno di questo modesto quadro economico congiunturale l'Italia dovrebbe tuttavia far registrare risultati migliori rispetto a quelli che caratterizzano le partenze internazionali mostrando incrementi nelle presenze pari al 4%. Questo dato è certamente spiegabile alla luce della vasta portata assunta in Italia dal fenomeno turistico abitudinario: essendo in buona parte meta di turisti operanti secondo logiche di tipo ripetitivo la Penisola appare una realtà nella quale i soggiorni internazionali risultano relativamente poco sensibili a considerazioni inerenti la congiuntura economica dei rispettivi Paesi di origine.

Ipotizzando come ragionevole il proseguimento delle tendenze mostrate recentemente dalle determinanti del turismo regionale, sembra plausibile prevedere, anche per l'anno 2002, la continuazione di quel processo di erosione dello strapotere mostrato dalle aree più turisticizzate a favore delle realtà meno conosciute della Penisola<sup>28</sup>.

Le stime effettuate dal modello econometrico, basandosi sull'osservazione di serie storiche terminanti al 2000, riflettono tuttavia prassi comportamentali radicatesi in "tempo di pace" e non riescono quindi minimamente a cogliere gli effetti del nuovo quadro psicologico instauratosi dopo l'attentato terroristico dell'11 settembre.

Gli avvenimenti dell'11 settembre hanno infatti comportato l'instaurarsi di modelli comportamentali del tutto dissimili da quelli evidenziati negli anni passati provocando fra l'altro, come testimoniano le difficoltà attraversate in questi anni dalle compagnie aeree di tutto il mondo, una forte riduzione della propensione individuale ad effettuare spostamenti via-aria.

Alla luce ciò è quindi plausibile valutare la previsione di incremento del 4% dei flussi internazionali diretti in Italia, quale stima di una crescita potenziale che si sarebbe dovuta verificare stante un contesto di sicurezza internazionale quale quello precedente al crollo delle Torri Gemelle.

<sup>28</sup> L'incremento medio annuo delle presenze stimato risulta infatti pari al:

- 3,8% per l'area maggiormente turisticizzata;
- 4,5% per le regioni mediamente turistiche;
- 5,4% per le realtà a minor grado di turisticità.

Confrontando i dati ISTAT relativi al 2002 con le stime econometriche effettuate è dunque ragionevole interpretare lo scarto osservato come conseguenza diretta del clima di insicurezza che caratterizza il contesto attuale. In sintesi i risultati che emergono da questo confronto sembrano individuare in circa sette milioni di presenze la perdita netta rispetto al potenziale di crescita italiano relativo al 2002. A fare le maggiori spese di questa situazione dovrebbero essere proprio le regioni meno conosciute: mentre i turisti di origine extra-europea decidono tour-court di non effettuare soggiorni in Italia, i visitatori di origine europea, di fronte ad una riduzione della propensione all'utilizzo dell'aereo, tornano in misura maggiore ad utilizzare l'auto. La riduzione della distanza percorribile che si associa all'utilizzo dell'auto implica quindi un riorientamento dei flussi turistici che avvantaggia nuovamente le regioni più vicine ai confini nazionali (corrispondenti nella maggior parte dei casi alle aree più turisticizzate della Penisola) e sfavorisce quelle più distanti dai medesimi.



## BIBLIOGRAFIA

- AGLIARDI E. (1988), "La Segmentazione delle Scelte Turistiche: la Teoria Neoclassica e la Scelta Direzionale", in Candela G. (a cura di), *Contributi all'Analisi Economica del Turismo*, Clueb
- ANKOMAH P. K., BAKER D., CROMPTON J. L. (1996), "Influence of Cognitive Distance in Vacation Choice", *Annals of Tourism Research*, Vol. 23, n. 1
- BARTOLINI C. (2001), "L'Italia e il Turismo Internazionale: Incoming e Outgoing, Risultati 2000", *Turistica*, Anno X, n. 1-2
- CANTALUPI M. (1988), "Bisogni e caratteristiche qualitative dei beni: un'applicazione al mercato turistico", in Candela G. (a cura di), *Contributi all'Analisi Economica del Turismo*, Clueb
- CARRARO C., COSTA P., MANENTE M. (1994), "Il modello STREP di previsione dei flussi internazionali in Veneto", *Quaderno*, n. 8.4, Ciset
- CARRARO C., MANENTE M. (1994), "The TRIP Forecasting Models of World Tourist Flows, from and to Italy", *Quaderno*, n. 8.2, Ciset
- CARRARO C., MANENTE M. (1998a), "La modellistica econometrica dei flussi turistici internazionali, alcune indicazioni metodologiche", in Gardini A. (a cura di), *L'analisi della domanda e della produzione di servizi turistici*, Clueb
- CARRARO C., MANENTE M. (1998b), "STREP: un modello di previsione dei flussi turistici internazionali per regione", *Statistica*, Anno LVIII
- CAVALIERI A. (a cura di) (2001), *Il turismo nell'economia regionale e locale della Toscana*, IRPET, Firenze
- CHU F. (1998), "Forecasting Tourism Demand in Asian-Pacific Countries", *Annals of Tourism Research*, Vol. 25, n. 3
- CINGOLANI C., GISMONDI R. (1994), "Stato e prospettive delle statistiche sul turismo", *Quaderno*, n. 8.5, Ciset
- Ciset (a cura di) (2000), "Lo scenario macroeconomico internazionale per il biennio 2000-2001 e l'impatto sul settore turistico", *Turistica*, Anno IX, n. 1
- COOPER C. (1989), "Tourist Product Life Cycle", in Witt S.F., Mountinho L. (a cura di), *Tourism Marketing and Management Handbook*
- COSHALL J. (2000), "Spectral Analysis of International Tourism Flows", *Annals of Tourism Research*, Vol. 27, n. 3
- COSTA M. (1998), "L'analisi della domanda di flussi turistici: specificazione e stima di un modello 'Almost Ideal Demand System'", in Gardini A. (a cura di), *L'analisi della domanda e della produzione di servizi turistici*, Clueb
- COSTA P., GAMBUTTA M., MANENTE M., MINGHETTI V. (1996), "Accessibility and Mobility Conditions and Tourist Development. The case of southern Italy", *Quaderno*, n. 12, Ciset

- COSTA P., MANENTE M. (2000), *Economia del Turismo*, Touring University Press
- DELBONO F., FIORENTINI G. (1987), *Economia del Turismo*, Nuova Italia Scientifica
- FRANK R. (1992), *Microeconomia*, McGraw-Hill
- GAMBUZZA M., MANENTE M., MINGHETTI V. (1994), "Caratteristiche Geografiche e Dinamiche della Domanda Turistica in Italia: Il ruolo dei Trasporti", *Turistica*, Anno III, n. 3
- GARDINI A. (1996), "La previsione dell'attività turistica in Emilia Romagna nel 1996", *Turistica*, Anno V, n. 2,
- GHEZZI L. (2003), *Gli effetti economici del consumo dei non residenti*, Università di Firenze
- GISMONDI R. (1994), "Le tipologie di località turistiche in Italia", *Turistica*, Anno III, n. 4
- GUIZZARDI A. (1996), "La specificazione di un modello per la previsione della domanda turistica mediante reti neurali", *Statistica*, Anno LVI, n. 4
- IRPET (a cura di) (2002a), *L'impatto economico del turismo nell'economia della Provincia di Lucca e dei suoi territori*, IRPET, Firenze
- IRPET (a cura di) (2002b), *L'impatto economico del turismo nell'economia della Provincia di Grosseto e dei suoi territori*, IRPET, Firenze
- ISTAT (anni vari), *Statistiche del Turismo*
- ISTAT (anni vari), *Statistiche Giudiziarie*
- LIM C. (1997), "Review of International Tourism Demand Models", *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, n. 4
- LIM C., MCALEER M. (2001), "Forecasting Tourist Arrivals", *Annals of Tourism Research*, Vol. 28, n. 4
- MANENTE M., MINGHETTI V. (1993), "I modelli di previsione del movimento turistico da e per l'Italia: la banca dati", *Quaderno*, n. 5, Ciset
- MARZOCCHI M. (2000), *L'Analisi empirica della domanda e gli obiettivi di politica economica*, Estratto del Seminario di Politica Economica presso la Facoltà di Scienze Statistiche dell'Università di Bologna, Bologna, 11-14 Dicembre
- MINISTERO NAZIONALE DEI TRASPORTI E DELLA NAVIGAZIONE (anni vari), *Conto Nazionale dei Trasporti*
- NIJKAMP P., RIETVELD P., SNICKARS F. (1986), "Regional and Multiregional Economic Models: a Survey", *Handbook of Regional and Urban Economics*
- PACI E., SMERAL E., VAN DIJK H., WITT S.F. (1994), "World Tourism Perspectives", *Quaderno*, n. 8.1, Ciset
- PATTIE C. D., SNYDER J. (1996), "Using a Neural Network to Forecast Visitor Behaviour", *Annals of Tourism Research*, Vol. 23, n. 1
- SMERAL E. (1989), "Economic Models of Tourism", in Witt S.F., Mountinho L. (a cura di), *Tourism Marketing and Management Handbook*
- SMERAL E., WEBER A. (2000), "Forecasting International Tourism Trends to 2010", *Annals of Tourism Research*, Vol. 27, n. 4
- SMERAL E., WITT S.F. (1996), "Econometric Forecast of Tourism Demand to 2005", *Annals of Tourism Research*, Vol. 23, n. 4
- SMERAL E., WITT S.F. (2002), "Destination Country Portfolio Analysis: The Evaluation of Tourism Destination Marketing Program Revisited", *Journal of Travel Research*, Vol. 40, n. 3

- SMERALE, WITT S.F., WITT C.A. (1992), "Econometric Forecast-Tourism Trends to 2000", *Annals of Tourism Research*, Vol. 19, n. 3
- TOOMAN L.A. (1997), "Application of the Life Cycle Model in Tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, n. 1
- WITT S.F., WITT C.A. (1992), "Modeling and Forecasting Demand", *Tourism*, Academic Press, London
- WORLD TOURISM ORGANISATION (2001), *Tourism 2020 Vision, Executive Summary*





**... recentemente pubblicati nella stessa collana**

**Anno 2000**

- *La metodologia di stima delle unità di lavoro a livello locale per la Toscana*, F. Cipollini

**Anno 2002**

- *Firenze e le sue popolazioni*, S. Iommi
- *Un modello di sviluppo locale sostenibile: il caso delle Crete Senesi-Val d'Arbia. Un'analisi con le matrici input-output*, M. Daviddi

**Anno 2003**

- *Beni culturali e territorio in Toscana*. P. Vezzosi
- *Prodotti tipici locali tradizionali e turismo rurale*, I. Malevolti
- *Le imprese toscane fra leggerezza e gracilità. 2° Rapporto sulle imprese di capitale 1995-2000*, S. Pozzoli-E. Radicchi
- *Turismo internazionale: le Regioni italiane sono ancora attraenti?*, A. Giacomelli

Rispondere al quesito sull'attuale grado di attrattività del prodotto turistico offerto dalle realtà regionali italiane non è impresa semplicissima.

Esaminando in un'ottica di medio periodo i dati sulle quote di presenze turistiche mondiali, si può osservare come l'Italia riesca a permanere nel ristretto gruppo di destinazioni che mantengono sostanzialmente inalterato il proprio fascino.

Due sono probabilmente le ragioni fondamentali di questo successo: da un lato il turismo internazionale rivolto alla penisola ha beneficiato degli effetti della svalutazione del periodo 1992-1996; dall'altro, probabilmente usufruendo di questo avvenimento, le regioni caratterizzate da un minor grado di attrattività hanno dato avvio ad un processo di strutturale ampliamento e riqualificazione del proprio parco ricettivo e infrastrutturale, innestando così un benefico processo di ringiovanimento del prodotto turistico nazionale.

A fronte di queste argomentazioni positive si contrappone una considerazione di segno opposto: i forti elementi di maturità dell'industria turistica italiana, uniti alla presenza preponderante di un bacino turistico internazionale che frequenta con una certa regolarità la penisola, rende il quadro turistico nazionale sempre più penetrato da visitatori stranieri operanti secondo logiche di tipo ripetitivo e quindi sempre meno propensi ad incrementare ulteriormente il loro già elevatissimo livello di presenze.

Puntare contemporaneamente sul processo di rafforzamento delle presenze di origine extra-europea (quelle che meno presentano, rispetto al nostro paese, i caratteri del turismo di routine) e sull'ulteriore incremento del grado di visibilità e di qualità delle realtà regionali meno conosciute potrebbe quindi costituire una scelta strategica primaria per poter vedere incrementare ulteriormente il numero dei visitatori stranieri.

*Andrea Giacomelli*, laureato presso la Facoltà di Scienze Politiche dell'Università degli Studi di Firenze è, a partire dal 2001, collaboratore IRPET. I suoi attuali campi di ricerca attengono allo studio del fenomeno turistico su scala locale ed al comparto della modellistica econometrica regionale.