

PARTE II

Turismo

Il documento è a cura di SL&A turismo e territorio
Responsabile Michela Valentini

Coordinamento scientifico:
Stefano Landi

Il lavoro è stato condotto da:
Elisa Bandello
Roberto Mazzà
Valentina Nucci
Daniela Pennini

Un inquadramento necessario

Il turismo non è per definizione un settore economico, in quanto non produce beni e servizi omogenei, ma, appunto, un sistema di beni e servizi diversi, finalizzati a una modalità di consumo specializzata. O, meglio, a diverse modalità di consumo che nel tempo sono state chiamate, con un neologismo efficace, “turismi”.

Anche per questo si parla di intersettorialità e “trasversalità”, ma soprattutto è molto difficile trovare definizioni e grandezze economiche e occupazionali omogenee.

A conferma di queste ambiguità, la stessa parola “turismo” viene utilizzata con diverse accezioni a seconda del contesto in cui si colloca: in alcuni casi descrive un comportamento di domanda (“fare turismo” o “essere turista”), in altri un contesto di offerta (operare o lavorare nel “turismo”). Molte volte indica un fenomeno generico, che mescola situazioni del tutto diverse: chi visita un luogo senza trattenersi o chi si ferma per molti giorni; e ancora, chi va in vacanza – e quindi ha un comportamento del tutto voluttuario - e chi deve viaggiare per motivi “obbligati” (come la salute, lo studio e soprattutto il lavoro).

Le analisi, strutturali e congiunturali, devono quindi partire da questo vincolo, ed essere approfondite in modo finalizzato allo scopo, altrimenti rischiano sempre di essere parziali, limitative, non comparabili tra loro e nel tempo.

La domanda di viaggi e vacanze

Per chiarire i comportamenti e i fenomeni che si verificano sul mercato, è utile far riferimento alle categorie “classiche” della domanda e dell’offerta.

Da una parte stanno le persone, i viaggiatori per vari motivi, che esprimono una domanda di viaggio e, il più delle volte, di tempo libero. L’intersezione tra viaggio e tempo libero costituisce il turismo vero e proprio.

Tuttavia molto spesso (più o meno in un terzo dei casi) la domanda di mobilità, e quindi di viaggio, avviene per altri motivi, primo tra tutti il lavoro.

La domanda turistica è quindi profondamente disomogenea al proprio interno, perché alle diverse motivazioni (dal “piacere” al “dovere”) corrispondono diversi profili di richiesta, che attivano dal lato dell’offerta differenti imprese e professionalità.

Inoltre le diverse motivazioni non sono statiche e immutabili, ma anzi crescono sempre di più in numero e varietà.

Guardando il fenomeno dalla prospettiva dei luoghi, delle cosiddette destinazioni turistiche, in ogni regione o paese del mondo si può constatare come, nel tempo, la domanda turistica tenda a seguire una regola generale che è stata definita “ciclo di vita”: nel tempo si passa cioè da una domanda composta da pochi viaggiatori individuali (i cosiddetti pionieri) a una massa più o meno omogenea e organizzata (“turismo di massa”), alla segmentazione e frammentazione in tante nicchie specializzate, fino a una “massa di nicchie”.

Le destinazioni turistiche sembrano seguire anche per questo un’altra regola, che è stata definita “teoria della lunga coda”: a uno o più prodotti di larga tiratura (i “turismi di massa”), a crescente rischio di obsolescenza e maturità, mano a mano si affiancano nuovi prodotti “di nicchia”, che concorrono a mantenere o ad aumentare il livello complessivo della domanda e quindi delle vendite, contrastando i rischi di declino.

Nella scelta delle destinazioni di viaggio e vacanza, ai luoghi di attrazione turistica in quanto tali si affiancano quindi le motivazioni (le ragioni per cui si va in quei luoghi) e poi, sempre più e anche in prospettiva, i valori (valori-guida condivisi da domanda e offerta, che proprio in quei luoghi trovano estrinsecazione concreta: dalla sostenibilità ambientale alla qualità della vita, dalla solidarietà al paesaggio e così via).

L'offerta di beni e servizi per chi è fuori casa

Dall'altra parte del mercato sta l'offerta turistica, un insieme eccezionalmente variegato di beni e servizi che si offrono e si vendono a chi è fuori casa per qualunque motivo.

Le classificazioni delle imprese - in quanto turistiche - devono essere definite per legge, e questo stabilisce per le imprese stesse una serie di diritti (ad esempio: contributi e agevolazioni) e doveri specifici (ad esempio: imposte di scopo). A questa definizione, che in Italia è di competenza delle Regioni, si tende a sovrapporre una regolamentazione nazionale, come di recente avvenuto anche nel "Decreto Sviluppo" approvato dal Consiglio dei Ministri il 5 maggio 2011.

Non c'è infatti una regola precisa per la classificazione dell'impresa turistica dettata dal mercato e/o dal buon senso: ospiti e residenti possono fare esattamente le stesse cose, dormire negli stessi letti, mangiare negli stessi piatti, comprare gli stessi oggetti.

Così, mentre i rischi di confusione sono relativamente limitati nel caso della ricettività (la grande maggioranza di chi dorme negli alberghi e nei campeggi, ad esempio, è un viaggiatore o un turista), nel caso dei pubblici esercizi, invece, la sovrapposizione tra diverse tipologie di clienti (e quindi la confusione) è molto più ampia.

Gli stessi contratti collettivi nazionali di lavoro riguardano imprese e lavoratori che solo in parte hanno a che fare con il turismo: la ricettività, ma anche la ristorazione e i pubblici esercizi, e l'intermediazione (agenzie di viaggio e *tour operator*).

A causa di tali difficoltà di analisi, gli approfondimenti che verranno svolti nel corso di questo lavoro faranno riferimento sostanzialmente alle categorie della ricettività e dell'intermediazione, mentre più sfumata sarà la considerazione di "ristoranti e pubblici esercizi", in ragione della loro ambiguità strutturale.

Capitolo 1

La domanda

1.1. La domanda: i viaggi e le vacanze nel mondo

Negli ultimi sei decenni (da quando i dati vengono raccolti), il turismo nel mondo ha registrato una continua espansione, fino a diventare uno dei più grandi settori economici, e a più rapida crescita.

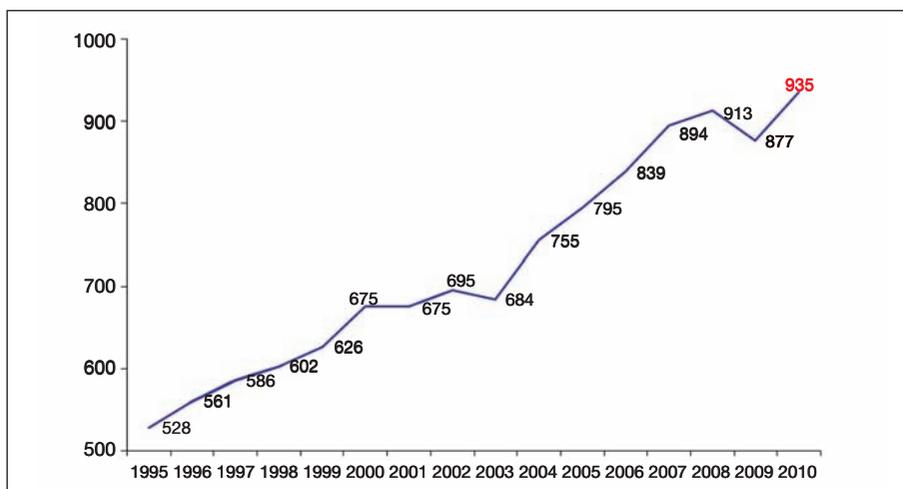
La tendenza della domanda turistica globale si mostra quindi crescente in un periodo medio-lungo, mentre registra battute di arresto per motivi congiunturali di vario tipo (essenzialmente atti di guerra e terrorismo, calamità naturali ed epidemie, crisi economiche).

L'elasticità della domanda, e quindi la ripresa del sentiero di crescita, si mostra nel tempo sempre più rapida al cessare delle cause dei cali, fino a ridursi a pochi mesi.

A dispetto degli "shock" occasionali, gli arrivi turistici di viaggiatori internazionali hanno mostrato una crescita praticamente ininterrotta: da 25 milioni nel 1950, a 277 nel 1980, a 438 nel 1990, a 675 nel 2000, fino agli attuali 900 milioni e oltre¹ (*tavola 1.1*).

¹ World Tourism Barometer, UNWTO, 2011.

Tavola 1.1 - Arrivi turistici internazionali (serie storica, in milioni)



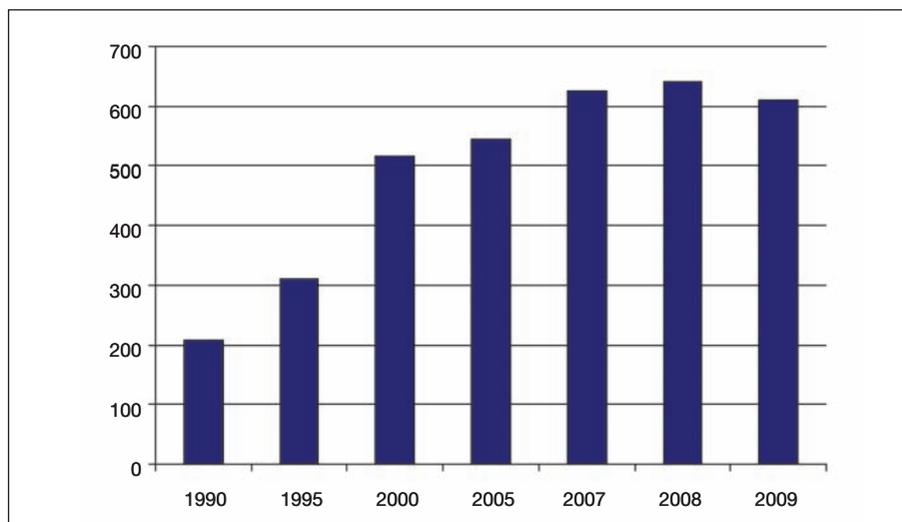
Fonte: World Tourism Organization (UNWTO), 2011.

A partire dal 1995 il numero di arrivi internazionali è quasi raddoppiato e il fenomeno turistico coinvolge ormai tutto il mondo.

L'anno 2009 può essere archiviato come l'anno nero del turismo internazionale, quando a seguito della crisi finanziaria e della recessione economica mondiale gli arrivi turistici internazionali sono diminuiti del 4,2% rispetto all'anno precedente.

I proventi del turismo internazionale, sempre nel 2009, hanno raggiunto 611 miliardi di euro, il che corrisponde a una diminuzione in termini reali del 5,7% rispetto al 2008 (*tavola 1.2*).

Tavola 1.2 - I ricavi turistici internazionali (serie storica, in miliardi di euro)



Fonte: World Tourism Organization (UNWTO), 2011.

Già dal terzo trimestre del 2009, tuttavia, dopo 14 mesi di declino, si registra una nuova tendenza positiva, e tra gennaio e giugno 2010 gli arrivi turistici internazionali sono cresciuti in media mondiale del 7% rispetto allo stesso periodo del 2009.

Secondo le prime stime è probabile che questa crescita subisca un rallentamento, tanto che per l'intero 2010 il tasso di sviluppo della domanda si è attestato tra il 3% e 4%.

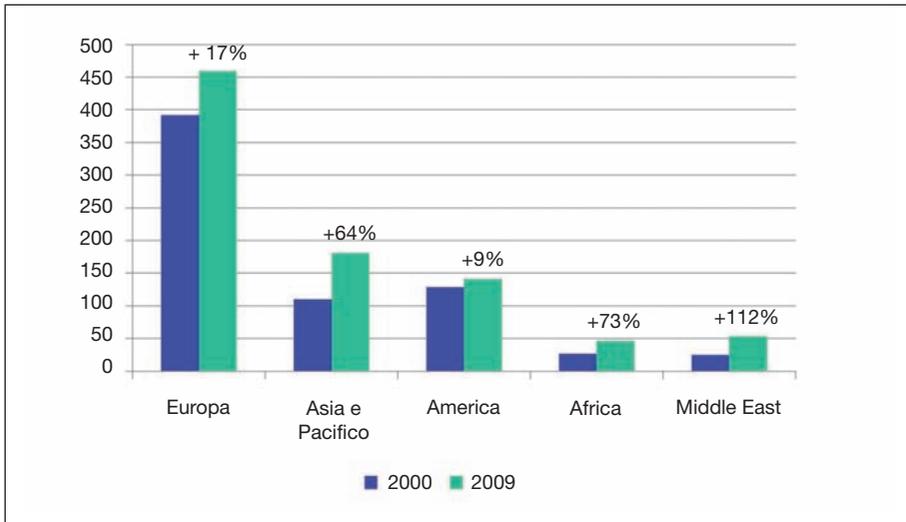
Bacini consolidati ed emergenti, turnover e fidelizzazione

In questo quadro si modificano però sensibilmente i mercati di origine e destinazione, cambiando in modo strutturale lo scenario mondiale: si registrano infatti da un lato un forte flusso di turismo all'interno dei vari continenti (una sorta di grande "regionalizzazione"), e, dall'altro, l'emergere di nuovi bacini di domanda, che crescono velocemente anche se, in assoluto, pesano ancora poco.

Molte sono le nuove destinazioni emerse accanto a quelle tradizionali costituite dall'Europa e dal Nord America, che perdono quote di

mercato a favore di nuove mete, in particolare quelle asiatiche, e poi quelle del Medio Oriente e africane (tavole 1.3 e 1.4 in appendice, 1.5).

Tavola 1.5 - Arrivi turistici internazionali per area geografica (in percentuale)



Fonte: elaborazioni su dati World Tourism Organization (UNWTO), 2011.

E proprio nei paesi emergenti la crescita è stata più veloce che altrove, tanto che la quota di turismo internazionale (espressa mediante il numero degli arrivi nei paesi emergenti e in via di sviluppo) è costantemente aumentata, passando dal 32% nel 1990 al 47% nel 2009.

Si prevede che entro il 2020 gli arrivi internazionali raggiungano e superino il valore di 1,6 miliardi.

Fenomeni storici e tendenze recenti

Come si è detto, il turismo mondiale sembra mostrare alcune tendenze generali:

- anche se non sempre sono rilevati in modo omogeneo, crescono i mercati interni/domestici, e cioè i viaggiatori e i turisti che si muovono

no all'interno del proprio paese o che addirittura restano nella stessa regione di residenza, pur dormendo fuori casa;

- l'Europa, che è e rimane la maggiore area di domanda, e quindi di "emissione" di flussi turistici che si rivolgono all'estero, genera il 55% dei viaggi internazionali, seguita dall'Asia (20%) e dall'America (16%) (*tavola 1.6 in appendice*);
- al di là del numero dei viaggiatori, è importante considerare i flussi economici: Germania, Stati Uniti e Regno Unito da soli "spiegano" un quarto della spesa mondiale, mentre appare in espansione la Cina, oggi quarto paese, ma con spesa media pro capite ancora molto bassa (*tavola 1.7 in appendice*).

In questo quadro l'Italia, che da paese di offerta sta diventando anche un importante bacino di domanda, va evolvendosi verso un maggiore equilibrio nella bilancia turistica con l'estero, mentre sul versante ricettivo (*incoming*) risulta ancora fortemente dipendente dai mercati europei comunitari, in primo luogo quello tedesco.

Tali mercati sembrano però tutti in calo, sia per motivi congiunturali, sia per una strutturale crescente disaffezione al nostro paese, che non è più la destinazione per eccellenza, ma solo una tra le tante scelte possibili.

Per converso crescono - in assoluto e verso l'Italia - i turisti russi, brasiliani, cinesi e indiani (i cosiddetti Paesi BRIC), che però rappresentano solo una quota molto contenuta del totale attuale, e non compensano ancora in alcun modo i cali registrati nella domanda che proviene dai Paesi europei.

1.2. La domanda: i viaggi e le vacanze in Italia

1.2.1. Il turismo domestico

Il mercato interno del nostro Paese svolge un ruolo fondamentale, che spiega i due terzi del turismo italiano ufficiale, e quasi il 90% se si considera anche il sommerso, che cioè non si rivolge alle strutture ricettive ufficiali, ma privilegia le seconde case, quelle in affitto, e l'ospitalità di amici e parenti.

Confermando la tendenza generale, quello italiano è un mercato in fase di forte contrazione geografica (regionale, a km zero) e per durata dei viaggi e dei soggiorni (verso le microvacanze) (*tavole 1.8 e 1.9 in appendice*).

E soprattutto, a livello congiunturale, la domanda turistica italiana ha risentito della crisi economica più tardi rispetto ad altri consumi, ma in modo vistoso.

I dati relativi ai viaggi e alle vacanze degli Italiani nel 2010, rilevati dall'Istat mediante un'apposita indagine che viene effettuata ormai dal 1959, confermano quanto già evidenziato da ISNART-Unioncamere sull'occupazione delle strutture ricettive (alberghiere ed extra-alberghiere), che per quasi tutto l'anno 2010 e soprattutto durante l'estate avevano fatto registrare una contrazione rispetto all'anno precedente.

Il 2010 infatti segna un ritorno al passato, un balzo indietro di 4-5 anni almeno, per quanto riguarda la propensione ai viaggi e alle vacanze degli Italiani, che lo scorso anno hanno "consumato viaggi" molto di meno che nel recente passato (*tavola 1.10 in appendice*).

Quanto ai viaggi di lavoro, i tagli nelle aziende e nelle Pubbliche amministrazioni si sono fatti sentire: meno missioni, meno congressi e fiere, meno viaggi di rappresentanza.

Purtroppo il turismo in Italia non ha ancora imparato a guardarsi in tasca, e continua a sfornare e commentare dati fisici, ma non economici: contiamo le teste dei turisti e le notti passate fuori casa, ma non la spesa.

Così è difficile parlare dei risvolti economici di un simile tracollo: però sulla base di diverse rilevazioni incrociate, condotte da ISNART-Unioncamere, e dalla Banca d'Italia², si può stimare che la perdita di fatturato complessiva dell'offerta turistica italiana nel 2010, per il solo effetto del calo del mercato interno di 58 milioni di notti per vacanza, è stata di circa 6 miliardi di euro.

A queste perdite si va poi ad aggiungere il calo di 21 milioni di notti per il turismo d'affari, notoriamente più "ricco": almeno altri 2 miliardi di euro, ad essere prudenti.

Sempre secondo l'Istat, nel 2010 gli Italiani non hanno del tutto rinunciato alla vacanza estiva, ma si sono spostati di meno durante il resto dell'anno, tagliando magari anche solo sui week-end.

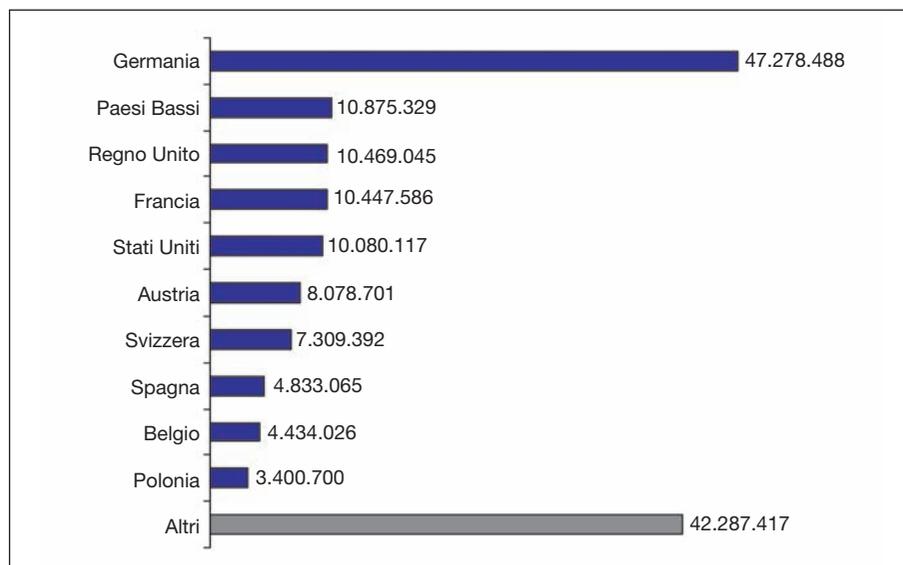
² Banca d'Italia - Ufficio italiano cambi, *Viaggiatori stranieri in Italia e viaggiatori italiani all'estero*, anno 2010.

1.2.2. La domanda internazionale

La domanda estera rappresenta circa il 40% delle presenze registrate nelle strutture ricettive del nostro paese, un dato pressoché stabile negli ultimi 10 anni, con una crescita di soli due punti percentuali fra il 1999 (41%) e il 2009 (43%) (*tavola 1.11 in appendice*).

Lo zoccolo duro del mercato estero è rappresentato da 5 paesi (Germania, Olanda, Regno Unito, Francia e Stati Uniti), che da soli generano oltre la metà delle presenze (89 milioni di notti) registrate nelle strutture ricettive (*tavola 1.12*).

Tavola 1.12 - I top 10 mercati turistici stranieri in Italia nel 2009 (graduatoria sulle presenze)



Fonte: elaborazioni SL&A su dati Istat, 2011.

Anche i turisti stranieri nel 2010 hanno fatto registrare cali molto consistenti, e perdite economiche, così come rilevato per il mercato interno.

A riguardo la Banca d'Italia³ parla di una spesa dei turisti stranieri in Italia calata di 1,8 milioni fra il 2008 e il 2010, e di una diminuzione di 24 milioni di notti (*tavola 1.13 in appendice*).

³ Banca d'Italia, *Viaggiatori stranieri in Italia*, febbraio 2011.

Anche la bilancia dei pagamenti turistici è rimasta al di sotto dei livelli del 2008: 8,8 milioni di euro contro 10,2, segno che la crescita della spesa degli Italiani all'estero prosegue a un tasso superiore a quello della spesa degli stranieri in Italia (*tavola 1.14 in appendice*).

Se questo è il dato congiunturale "grezzo", occorre però leggersi dentro, per capire che cosa sta effettivamente accadendo sul mercato turistico mondiale, e che cosa il futuro riserva al nostro Paese.

Andando a scomporre il dato aggregato per continenti, come già accennato, si scopre innanzi tutto che a "tradire" l'Italia sono stati soprattutto i turisti dei paesi UE, i "cugini", quelli che con un volo low-cost potrebbero raggiungerci in un'ora, e in auto in mezza giornata. Francesi, Tedeschi, Belgi, Olandesi: il vero zoccolo duro del nostro turismo tradizionale, quello che riempiva gli hotel vista-mare e i campeggi sui laghi, per intenderci (*tavola 1.15 in appendice*).

E non sono i paesi che più soffrono la crisi economica, anzi. Si tratta più realisticamente di un cambiamento tendenziale delle loro scelte turistiche, nelle quali l'Italia non è più la destinazione per eccellenza, ma solo una delle tante opzioni possibili: turismo di prossimità in patria, medio raggio nel bacino del Mediterraneo a costi più contenuti, lungo raggio nei paesi esotici, e magari anche una fettina di Italia quando capita.

Varrebbe la pena di interrogarsi circa i motivi di questo fenomeno strutturale, che potrà anche riguardare un diverso atteggiamento della domanda (i cosiddetti *push factors*), ma indubbiamente trova spiegazioni profonde anche dal lato dell'offerta del nostro Paese a confronto con altre possibili destinazioni (*pull factors*).

Questo cambiamento di scelte implica un'analisi della nostra competitività sul mercato turistico, analisi che però si tende spesso a evitare per motivi di opportunità e per l'evidente difficoltà a mettere mano ai fattori che la determinano: intanto il valore, inteso come rapporto tra qualità e prezzo, che viene percepito in calo, soprattutto per una dinamica dei prezzi rigida alle tendenze del mercato, e per un loro livello assoluto più alto di quello di molti concorrenti.

Considerando il fattore qualità, anche senza entrare nel merito di analisi più dettagliate, è del tutto evidente che il territorio da un lato e i beni culturali dall'altro rappresentino agli occhi dei turisti potenziali altrettanti atout del nostro Paese, anche a confronto con altre possibili destinazioni di vacanza.

Lo stato della tutela e della conservazione di queste risorse, la loro protezione giuridica e la loro manutenzione, e infine la possibilità con-

creta di fruirne in modo piacevole non sono quindi un optional, ma un connotato fondante della capacità dell'Italia di stare sul mercato internazionale con posizioni di preminenza e ottenendo risultati conseguenti.

Da questo punto di vista non è certo facile affermare che l'Italia stia agendo per il meglio, anzi. Anche i turisti che ci hanno frequentato con soddisfazione per decenni sembrano essersene accorti.

Ritornando all'analisi dei flussi internazionali, ci sono però in Europa alcuni paesi in controtendenza, tra i quali spicca la Russia, i cui turisti in Italia sono cresciuti del 3% in un solo anno. Sono certo una bella speranza, anche se rappresentano ancora meno dell'1 % del totale *incomimg*.

E il turismo extra-europeo? Tutti i continenti in calo, con la piacevole eccezione del Brasile da un lato, e dell'Asia nel suo complesso dall'altro (India, Giappone, Cina, nell'ordine). L'Asia, lo ricordiamo per inciso, rappresenta oggi nel complesso l'1,7% del mercato turistico straniero che si rivolge al nostro Paese.

Le prospettive sono quindi eccellenti: siamo ben posizionati nei paesi BRIC, e la loro domanda cresce a ritmi sostenuti. Per contro tutti insieme questi paesi nel 2010 non sono riusciti a compensare neppure il calo di turisti dalla sola Germania.

D'altra parte, se invece si confermasse la tendenza al calo della domanda europea verso l'Italia, la prospettiva sarebbe davvero preoccupante per molti dei nostri territori ospitali.

Gli ospiti BRIC, infatti, sono sostanzialmente turisti alla prima esperienza, che vogliono condensare il massimo della visita nel minimo del tempo, e quindi tendono a privilegiare le destinazioni di rinomanza mondiale, e trascurano invece i richiami "minori", i piccoli talenti italiani, le eccellenze diffuse, la qualità delle mille "terre di mezzo" che costituiscono ormai l'ossatura dell'offerta turistica italiana: tutte realtà in cui negli ultimi 20 anni si sono investite somme ingenti (con i programmi Leader, con le varie Leggi regionali ecc.) proprio per dare una prospettiva nuova di sviluppo a territori altrimenti marginali.

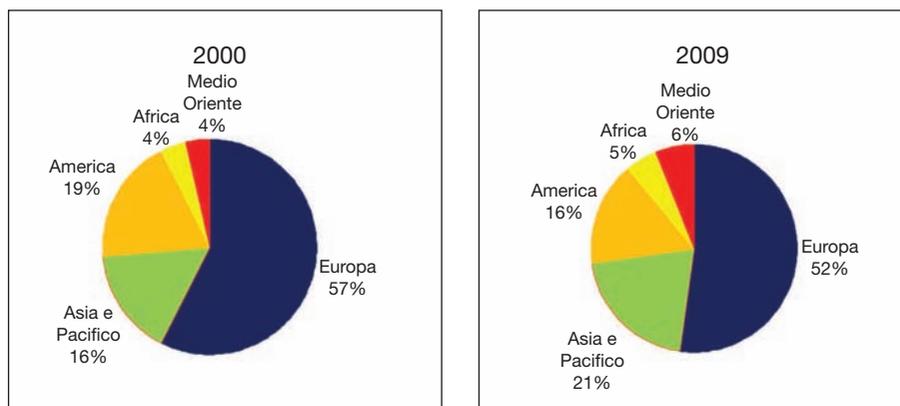
APPENDICE CAPITOLO 1: TAVOLE STATISTICHE

Tavola 1.3 - Arrivi turistici internazionali per area geografica (in milioni)

	1990	1995	2000	2005	2007	2008	2009	market share		
								2000	2005	2009
Europa	265	309,1	392,2	441	485,4	487,2	459,7	57,5	55	52,2
<i>Nord Europa</i>	28,6	35,8	43,7	52,8	58,1	56,4	53,1	6,4	6,6	6
<i>Europa Occidentale</i>	108,6	112,2	139,7	141,7	153,9	153,2	146	20,5	17,7	16,6
<i>Europa Centro Orientale</i>	33,9	58,1	69,3	87,5	96,6	100	89,5	10,2	10,9	10,2
<i>Sud Europa</i>	93,9	103	139,5	159,1	176,8	177,7	171,1	20,4	19,8	19,4
Asia e Pacifico	55,8	82	110,1	153,6	182	184	181,2	16,1	19,2	20,6
<i>Asia Nord Est</i>	26,4	41,3	58,3	86	101	101	98,1	8,5	10,7	11,1
<i>Asia Sud Est</i>	21,2	28,4	36,1	48,5	59,7	61,7	62,1	5,3	6	7,1
<i>Oceania</i>	5,2	8,1	9,6	11	11,2	11,1	10,9	1,4	1,4	1,2
<i>Sud Asia</i>	3,2	4,2	6,1	8,1	10,1	10,3	10,1	0,9	1	1,1
America	92,8	109	128,9	134	143,9	147,8	140,7	18,9	16,7	16
<i>Nord America</i>	71,7	80,7	91,5	89,9	95,3	97,7	92,1	13,4	11,2	10,5
<i>Caraibi</i>	11,4	14	17,1	18,8	19,8	20,1	19,5	2,5	2,3	2,2
<i>Centro America</i>	1,9	2,6	4,3	6,3	7,8	8,2	7,6	0,6	0,8	0,9
<i>Sud America</i>	7,7	11,7	15,9	19	21	21,8	21,4	2,3	2,4	2,4
Africa	14,8	18,9	26,5	35,4	43,1	44,2	45,6	3,9	4,4	5,2
<i>Nord Africa</i>	8,4	7,3	10,2	13,9	16,3	17,1	17,6	1,5	1,7	2
<i>Sud Africa</i>	6,4	11,6	16,3	21,5	26,9	27,2	28,1	2,4	2,7	3,2
Medio Oriente	9,6	13,7	24,9	37,8	46,7	55,6	52,9	3,6	4,7	6
Mondo	438	533	683	802	901	919	880	100	100	100
<i>Economie avanzate¹</i>	300	339	423	451	496	494	470	62	56,2	53,4
<i>Economie emergenti¹</i>	139	194	260	351	405	425	410	38,1	43,8	46,6

Nota: ⁽¹⁾ Basato sulla classificazione del Fondo Monetario Internazionale (FMI).

Fonte: elaborazioni su dati World Tourism Organization (UNWTO), 2011.

Tavola 1.4 - Arrivi turistici internazionali per area geografica (in percentuale)

Fonte: elaborazioni su dati World Tourism Organization (UNWTO), 2011.

Tavola 1.6 - Arrivi turistici internazionali per area geografica di provenienza (in milioni)

	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009	market share		
									2000	2005	2009
Europa	254,2	308,1	395,5	450,9	472,3	499,5	507,2	481	57,9	56,2	54,7
Asia e Pacifico	58,8	86,5	114	152,7	163,9	178,2	181,2	177,1	16,7	19	20,1
Americhe	99,3	108,5	130,9	136	142,6	149,9	151	144	19,2	17	16,4
Medio Oriente	8,2	9,3	14,1	22,8	24,6	27,2	32	30,3	2,1	2,8	3,4
Africa	9,8	11,6	15,1	22	24,2	25,5	26,4	26,7	2,2	2,7	3
Origine non specificata	7,8	8,8	13,1	17,5	19,4	21	21,3	21,1	1,9	2,2	2,4
Stessa regione	352,7	428,4	539,2	634,6	666,5	705,5	717,1	687,3	78,9	79,1	78,1
Altre regioni	77,6	95,6	130,4	149,7	161	174,8	180,7	171,8	19,1	18,7	19,5
Mondo	438	533	683	802	847	901	919	880	100	100	100

Fonte: elaborazioni su dati World Tourism Organization (UNWTO), 2011.

Tavola 1.7 - I “top spender” del turismo (graduatoria dei primi dieci mercati per spesa nel 2009)

	Spesa turistica (in miliardi di dollari USA)		Market share (%)	Spesa pro capite (in dollari USA)
	2008	2009	2009	2009
Germania	91	81,2	9,5	989
Stati Uniti	79,7	73,2	8,6	238
Regno Unito	68,5	50,3	5,9	814
Cina	36,2	43,7	5,1	33
Francia	41,4	38,5	4,5	615
Italia	30,8	27,9	3,3	467
Giappone	27,9	25,1	2,9	197
Canada	27,2	24,2	2,8	717
Federazione Russa	23,8	20,8	2,4	147
Olanda	21,7	20,7	2,4	1.255
<i>Totale top ten</i>	<i>448,2</i>	<i>405,6</i>	<i>47,6</i>	<i>182</i>
Mondo	941	852	100	125

90

Fonte: elaborazioni su dati World Tourism Organization (UNWTO), 2011.

Tav. 1.8 - La provenienza dei clienti italiani negli esercizi alberghieri (confronto Ferragosto 2008/2009/2010)

Ripartizione geografica	Stessa regione dove è situato l'albergo			Regioni confinanti rispetto a quella in cui è situato l'albergo			Vacanza a Km 0 (stessa regione e regioni confinanti)		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Nord-Ovest	22,7	23,1	23	42,2	38	39,2	64,9	61,1	62,2
Nord-Est	15,2	11,4	12,6	41,1	44,9	45	56,3	56,3	57,6
Centro	13,3	15,4	14,6	22	24,7	26,5	35,3	40,1	41,1
Sud e Isole	25,2	31,3	23,6	19,1	17,6	19,8	44,3	48,9	43,4
Italia	18	17,6	17	34	35,2	35,7	52	52,8	52,8

Fonte: elaborazioni SL&A su dati Istat, 2011.

Tav. 1.9 - Le vacanze degli Italiani (serie storica)

	Microvacanze (1-3 notti)		Vacanze "normali" (4 o più notti)		Totale viaggi
	n. viaggi (x 1.000)	% sul totale viaggi	n. viaggi (x 1.000)	% sul totale viaggi	n. viaggi (x 1.000)
1997	23.265	36,2	40.991	63,8	64.256
1998	37.622	47,5	41.523	52,5	79.145
1999	35.060	46,5	40.371	53,5	75.431
2000	33.870	44,4	42.363	55,6	76.233
2001	32.400	43	42.864	57	75.264
2002	35.333	43,9	45.134	56,1	80.467
2003	35.670	44,9	43.720	55,1	79.390
2004	38.069	45,8	45.068	54,2	83.137
2005	43.039	46,7	49.085	53,3	92.124
2006	43.662	46,5	50.228	53,5	93.890
2007	47.874	49,3	49.174	50,7	97.048
2008	55.919	52,4	50.891	47,6	106.810
2009	49.993	50,7	48.685	49,3	98.678
2010	40.654	46,5	46.754	53,5	87.408

Fonte: elaborazioni SL&A su dati Istat, 2011.

Tavola 1.10 - I viaggi degli Italiani (serie storica, in migliaia)

	Totale Vacanze		Totale Lavoro	
	Viaggi	Notti	Viaggi	Notti
2005	92.128	616.778	14.972	59.465
2006	93.890	667.791	14.006	51.973
2007	97.173	626.992	15.196	62.322
2008	106.810	644.097	16.128	62.553
2009	98.677	622.581	15.422	57.634
2010	87.407	586.004	12.590	40.943
Variazioni 2010/2008				
	Totale Vacanze		Totale Lavoro	
	v.a. x 1.000	%	v.a. x 1.000	%
Viaggi	-19.403	-18,2	-3.538	-21,9
Notti	-58.093	-9	-21.610	-34,5

Fonte: elaborazioni SL&A su dati Istat, 2011.

**Tavola 1.11 - Le presenze turistiche in Italia per provenienza
(serie storica)**

	Italia	Unione Europea	Totale Europa	Totale extra-Europa	Totale estero	TOTALE
1999	181.646.770	93.494.215	104.155.426	22.512.533	126.667.959	308.314.729
2000	198.528.158	105.709.255	117.522.161	22.834.824	140.356.985	338.885.143
2001	203.650.860	111.297.300	124.267.389	22.404.884	146.672.273	350.323.133
2002	199.687.120	106.129.105	121.925.850	23.634.080	145.559.930	345.247.050
2003	204.759.892	101.655.618	117.055.805	22.597.620	139.653.425	344.413.317
2004	204.150.870	101.084.854	115.376.589	25.788.199	141.164.788	345.315.658
2005	206.754.120	105.926.685	121.113.277	27.387.775	148.501.052	355.255.172
2006	209.903.437	111.235.084	127.915.419	28.945.922	156.861.341	366.764.778
2007	213.176.071	117.838.626	133.882.524	29.583.156	163.465.680	376.641.751
2008	211.869.278	118.056.472	134.329.936	27.467.498	161.797.434	373.666.712
2009	211.268.511	117.854.327	133.499.820	25.994.046	159.493.866	370.762.377
Market share (%)						
	Italia	Unione Europea	Totale Europa	Totale extra-Europa	Totale estero	TOTALE
1999	58,9	30,3	33,8	7,3	41,1	100
2000	58,6	31,2	34,7	6,7	41,4	100
2001	58,1	31,8	35,5	6,4	41,9	100
2002	57,8	30,7	35,3	6,8	42,2	100
2003	59,5	29,5	34	6,6	40,5	100
2004	59,1	29,3	33,4	7,5	40,9	100
2005	58,2	29,8	34,1	7,7	41,8	100
2006	57,2	30,3	34,9	7,9	42,8	100
2007	56,6	31,3	35,5	7,9	43,4	100
2008	56,7	31,6	35,9	7,4	43,3	100
2009	57	31,8	36	7	43	100

Fonte: elaborazioni SL&A su dati Istat, 2011.

Tavola 1.13 - I turisti stranieri in Italia (serie storica)

	Africa	America	Asia	Europa non UE	UE	Oceania	Totale
Viaggiatori (in migliaia)							
2004	397	3.610	1.287	11.262	42.380	546	59.482
2005	587	3.912	1.347	10.361	43.459	553	60.219
2006	524	4.289	1.457	12.682	47.932	576	67.460
2007	517	4.177	1.537	13.678	50.595	696	71.200
2008	487	3.948	1.276	14.821	50.486	667	71.685
2009	367	3.778	1.302	15.627	50.823	643	72.540
2010	464	3.984	1.483	17.165	50.350	678	74.124
Pernottamenti (in migliaia)							
2004	4.046	44.441	9.518	26.713	232.840	7.014	324.572
2005	4.692	45.084	10.071	26.573	233.901	6.861	327.182
2006	3.963	48.017	11.693	33.603	244.946	6.803	349.025
2007	4.399	43.697	12.004	32.263	250.585	8.255	351.203
2008	5.878	43.496	12.946	27.575	239.341	7.009	336.245
2009	4.579	40.255	13.931	30.748	217.421	7.535	314.469
2010	4.002	39.540	15.788	31.745	214.057	6.551	311.683
Spesa (in milioni di euro)							
2004	371	4.275	1.132	2.907	19.298	682	28.665
2005	479	4.437	1.164	3.026	18.657	690	28.453
2006	468	5.021	1.431	3.400	19.360	687	30.367
2007	424	4.988	1.505	3.364	19.936	905	31.122
2008	512	4.537	1.453	3.542	20.215	882	31.141
2009	374	4.192	1.489	3.729	18.262	810	28.856
2010	348	4.286	1.811	3.948	18.093	771	29.257

Fonte: Banca d'Italia, 2011.

Tavola 1.14 - La bilancia dei pagamenti per mese (serie storica)

Stranieri in Italia								
Spesa (in milioni di euro)								
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Gennaio	1.361	1.482	1.550	1.551	1.699	1.545	1.598	1.620
Febbraio	1.757	1.454	1.511	1.602	1.613	1.420	1.494	1.385
Marzo	1.953	2.085	1.925	2.053	1.989	1.835	1.853	2.080
Aprile	2.137	2.070	2.569	2.375	2.303	2.173	2.249	0
Maggio	2.874	2.675	2.818	2.758	2.944	2.545	2.753	0
Giugno	3.271	3.032	3.413	3.294	3.280	2.870	3.140	0
Luglio	3.723	3.486	3.925	4.084	4.275	4.061	3.955	0
Agosto	3.376	3.458	3.704	4.026	4.016	3.814	3.473	0
Settembre	3.281	3.474	3.421	3.461	3.511	3.246	3.231	0
Ottobre	2.231	2.534	2.583	2.704	2.544	2.442	2.394	0
Novembre	1.359	1.520	1.627	1.772	1.584	1.523	1.662	0
Dicembre	1.343	1.181	1.322	1.440	1.332	1.382	1.456	0
	28.666	28.451	30.368	31.120	31.090	28.856	29.258	
Bilancia (in milioni di euro)								
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Gennaio	231	78	53	52	188	6	115	-47
Febbraio	652	342	468	366	285	110	366	164
Marzo	407	761	639	653	498	394	447	634
Aprile	989	856	1.304	986	936	770	782	0
Maggio	1.735	1.344	1.578	1.435	1.429	1.044	1.186	0
Giugno	2.006	1.477	1.948	1.647	1.463	1.285	1.422	0
Luglio	1.935	1.509	1.943	1.833	1.994	1.909	1.565	0
Agosto	606	346	535	522	527	576	199	0
Settembre	1.934	1.994	1.707	1.592	1.574	1.345	1.305	0
Ottobre	1.139	1.268	1.305	1.332	999	1.029	960	0
Novembre	353	436	465	462	240	245	278	0
Dicembre	163	41	22	287	35	128	216	0
	12.150	10.452	11.967	11.167	10.168	8.841	8.841	751

Fonte: Banca d'Italia, 2011.

Tavola 1. 15 - I turisti stranieri in Italia per paese di provenienza

Stato	Pernottamenti (in migliaia)				Spesa (in milioni di euro)				Spesa		
	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	var. 2010-2009	var. 2010-2008	spesa per notte 2010
GERMANIA	72.655	65.878	60.672	56.777	5.138	5.262	4.765	4.614	-3,2	-12,3	81,3
FRANCIA	32.827	30.184	31.816	30.546	2.824	2.997	2.769	2.688	-2,9	-10,3	88
STATI UNITI	28.132	25.823	25.082	25.732	3.655	3.050	2.929	2.983	1,8	-2,2	115,9
REGNO UNITO	28.543	24.524	22.546	21.746	3.015	2.615	2.134	2.054	-3,7	-21,5	94,5
SPAGNA	18.911	16.741	16.923	16.623	1.534	1.413	1.389	1.406	1,2	-0,5	84,6
SVIZZERA	20.385	14.440	17.228	16.453	2.181	2.105	2.157	2.170	0,6	3,1	131,9
AUSTRIA	13.596	15.771	14.476	15.253	1.251	1.457	1.471	1.561	6,1	7,1	102,3
OLANDA	16.140	16.320	15.040	12.175	1.086	1.314	1.130	932	-17,5	-29,1	76,6
POLONIA	13.069	7.813	8.267	10.273	727	549	584	638	9,2	16,2	62,1
ROMANIA	9.425	11.216	8.626	8.804	528	526	460	441	-4,1	-16,2	50,1
BELGIO	7.886	8.308	8.181	7.261	658	748	676	677	0,1	-9,5	93,2
CANADA	5.163	5.153	5.242	5.628	493	560	539	605	12,2	8	107,5
AUSTRALIA	7.145	5.722	6.654	5.534	775	739	730	684	-6,3	-7,4	123,6
REP. CECA	6.031	5.392	4.343	5.502	435	434	374	422	12,8	-2,8	76,7
RUSSIA	3.297	3.702	3.594	4.296	378	567	623	830	33,2	46,4	193,2
INDIA	1.638	2.932	2.192	3.655	136	194	168	244	45,2	25,8	66,8
SVEZIA	3.236	3.397	2.742	3.599	281	352	291	304	4,5	-13,6	84,5
GIAPPONE	2.637	2.454	2.880	3.598	439	403	430	540	25,6	34	150,1
GRECIA	2.516	3.883	3.618	3.249	211	285	311	291	-6,4	2,1	89,6
BRASILE	3.349	4.069	2.760	3.205	320	328	248	303	22,2	-7,6	94,5
DANIMARCA	3.770	3.082	3.026	3.188	325	285	281	292	3,9	2,5	91,6
UNGHERIA	6.679	11.637	3.520	2.907	510	537	275	261	-5,1	-51,4	89,8
IRLANDA	3.444	1.942	2.316	2.501	368	231	220	264	20	14,3	105,6
PORTOGALLO	1.466	1.846	2.074	1.970	145	152	154	165	7,1	8,6	83,8
NORVEGIA	2.016	2.215	1.599	1.802	218	280	192	204	6,3	-27,1	113,2
CINA	1.548	2.228	1.776	1.768	212	217	161	199	23,6	-8,3	112,6
CROAZIA	738	757	1.197	1.516	121	107	202	178	-11,9	66,4	117,4
FINLANDIA	1.165	1.731	1.545	1.470	139	189	160	146	-8,8	-22,8	99,3
MAROCCO	646	992	957	1.436	51	90	48	60	25	-33,3	41,8
ARGENTINA	2.440	2.700	2.612	1.358	157	151	156	117	-25	-22,5	86,2
TURCHIA	1.171	2.063	1.532	1.314	132	134	149	120	-19,5	-10,4	91,3
MESSICO	1.112	1.589	948	889	115	140	88	82	-6,8	-41,4	92,2
SLOVENIA	439	960	825	774	169	237	272	287	5,5	21,1	370,8
EGITTO	633	583	795	613	65	76	76	63	-17,1	-17,1	102,8
LUSSEMBURGO	801	613	783	522	81	78	72	63	-12,5	-19,2	120,7
TUNISIA	475	135	520	290	30	17	29	30	3,4	76,5	103,4
CUBA	118	165	227	199	7	8	7	5	-28,6	-37,5	25,1

Fonte: elaborazioni SL&A su dati Banca d'Italia, 2011.

Capitolo 2

L'offerta

L'offerta: comparti esclusivi, prevalenti, marginali

Come accennato in premessa, l'offerta turistica non è definita una volta per tutte. A delimitarla servono l'analisi economica relativa ai fruitori, il buon senso e la legge.

Storicamente in Italia non ci sono stati dubbi sul fatto che la ricettività (le imprese e gli esercizi che offrono agli ospiti la possibilità di dormire) sia offerta turistica, e le imprese che esercitano questa attività siano appunto imprese turistiche. A queste si aggiungono le imprese dell'intermediazione, che vendono al dettaglio le singole componenti del viaggio (agenzie), ma anche che le compongono in pacchetti completi e poi li rivendono sia al dettaglio (agenzie) che all'ingrosso (*tour operators*).

Quando si parla di offerta turistica ci si riferisce però anche a tutte le imprese (e soggetti) coinvolte nel processo produttivo turistico, in quanto appartenenti ai settori direttamente collegati, come le imprese di trasporto, di ristorazione ecc., che, pur non potendo essere definite turistiche, in molti casi/luoghi devono la loro sussistenza proprio al turismo, e tutte le altre imprese che concorrono a determinare il prodotto (servizi diversi) e possono essere considerate più (ad esempio le guide) o meno (ad esempio i noleggi) turistiche.

Al di là della definizione di offerta turistica, i fenomeni misurati nelle statistiche ufficiali permettono, in genere, di avere un quadro preciso per l'impresa esclusivamente turistica, mentre appare molto più complesso misurare i fenomeni marginali, dei quali, se non attraverso indagini mirate, è difficile individuare il peso (in termini di numerosità, ma anche di giro d'affari).

Il quadro non è univoco: da tempo le singole Regioni hanno pro-

posto definizioni diverse e più estensive, e le Leggi regionali che contenevano queste previsioni sono state approvate dall'Unione Europea. Così in Italia la definizione di impresa turistica non è uguale ovunque.

Da poco (5 maggio 2011) è stata inoltre introdotta una definizione estensiva nazionale, che include anche “*le imprese di ristorazione e tutti i pubblici esercizi, gli stabilimenti balneari, i parchi divertimento, le imprese di intrattenimento di ballo e di spettacolo, le imprese di organizzazione di eventi, convegni e congressi, e le imprese turistiche nautiche*”. La definizione serve a estendere a tutte queste imprese le provvidenze previste per le imprese industriali.

In prospettiva, quindi, tra le imprese turistiche troviamo “alberghi e pubblici esercizi”, “intermediari dei trasporti”, servizi alle persone e alle imprese. Un coacervo di attività riferibili a settori diversi della Classificazione delle Attività Economiche e, quindi, della contabilità nazionale.

L'esigenza di una loro considerazione unitaria ha dato luogo a strumenti di analisi complessi e sofisticati, chiamati “conto satellite” del turismo, che però non hanno ancora una diffusione e un'affidabilità tali da essere universalmente riconosciuti e adottati.

2.1. L'offerta ricettiva

Distribuzione territoriale: un posto per dormire si trova ormai ovunque

Se partiamo dalla ricettività, il primo dato interessante è la sua concentrazione geografica: il Nord-Est e alcune zone del Centro, infatti, esprimono la maggioranza della capacità produttiva nazionale.

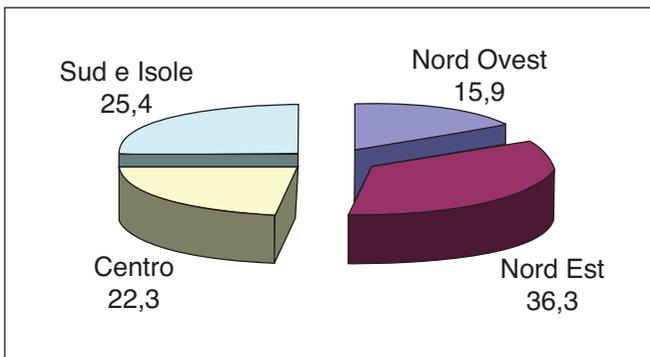
D'altra parte la ricettività si sta velocemente diffondendo in tutti i comuni italiani, soprattutto per lo sviluppo delle nuove forme “non convenzionali” come agriturismo e bed & breakfast.

Secondo il Censis nel 1986 solo la metà dei comuni italiani era in grado di ospitare turisti (i comuni avevano cioè almeno una struttura ricettiva), mentre nel 1999 il dato era passato al 61,3%, e oggi possiamo affermare che nel 2009 è addirittura dell'81,6%. Questa crescita esponenziale, specie per quanto riguarda il comparto extra-alberghiero, ha varie cause: certamente gli investimenti pubblico-privati degli ultimi anni, ma anche la fase di maturità (o addirittura crisi) delle località turistiche tradizionali (*tavola 2.1 in appendice*).

L'Italia quindi non è più una “ciambella col buco” ovvero una concentrazione di strutture ricettive sulle coste e sulle Alpi, ma è in grado di offrire ospitalità anche nelle “terre di mezzo”.

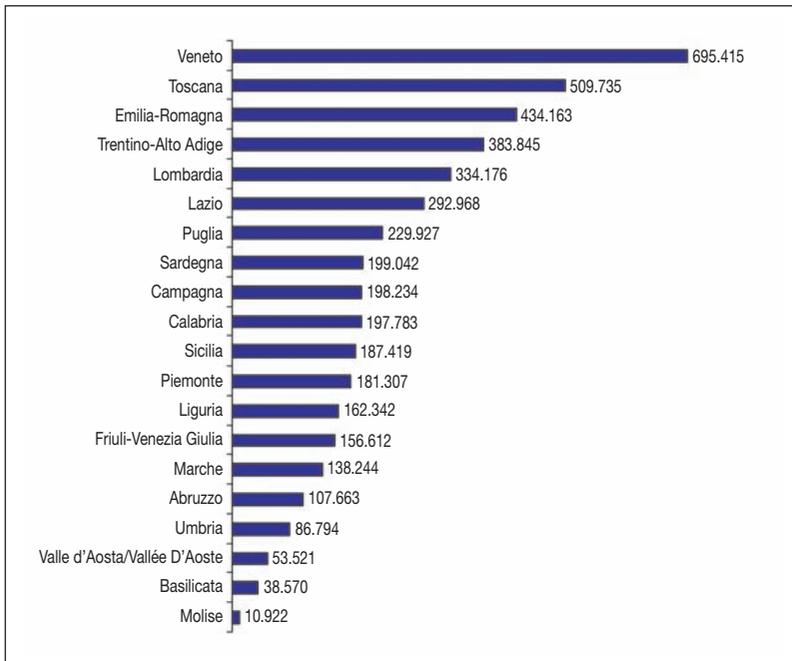
Un terzo dei posti letto negli alberghi e nelle altre strutture ricettive (campeggi, agriturismi, case per ferie, B&B ecc.) si trova nel Nord-Est, mentre il meridione d'Italia è in grado di offrirne un quarto (tavola 2.2).

Tavola 2.2 - L'offerta ricettiva per area territoriale



Fonte: elaborazione SL&A su dati Istat, 2011.

La graduatoria regionale vede al primo posto il Veneto, seguito dalla Toscana e dall'Emilia-Romagna, tutte regioni con un'offerta eterogenea (dal mare alle città d'arte, alla montagna) (tavola 2.3).

Tavola 2.3 - L'offerta ricettiva per regione (graduatoria sui posti letto)

Fonte: elaborazione SL&A su dati Istat, 2011.

Tale classifica risulta piuttosto “immobile” nell’ultimo decennio, per quanto riguarda le prime e le ultime posizioni, mentre al centro guadagnano posizioni la Puglia, la Campania e la Sicilia.

Le tipologie ricettive:

Gli alberghi rappresentano circa il 20% (percentuale in lieve calo) del numero delle strutture ricettive e quasi un terzo dei posti letto totali, e infatti la dimensione media degli alberghi supera i 65 letti contro i 31 delle strutture ricettive extra-alberghiere (*tavole 2.4, 2.5 e 2.6 in appendice*).

Il numero degli esercizi alberghieri negli ultimi anni si è ridotto da 40.000 a circa 34.000, e si è assestato intorno a questa cifra. I posti letto invece sono cresciuti fino a 2,2 milioni circa, insieme alla qualità media, espressa dalla classificazione in stelle.

Il numero degli esercizi extra-alberghieri invece, anche per effetto del “non convenzionale”, continua a crescere e oggi arriva a oltre 145.000, con circa 4,6 milioni di posti letto.

Anche escludendo le case private abbiamo quindi quasi 7 milioni di “capacità produttiva”: un’enormità che però, nella media, viene saturata solo in quota molto ridotta.

Gli esercizi ricettivi italiani - a differenza di quanto accade all'estero - sono essenzialmente imprese indipendenti: si contano 270 raggruppamenti, di cui solo 7 con più di 20 alberghi, e 20 con più di 10 strutture.

La forchetta della qualità

Sebbene sia difficile, per il sistema di classificazione in sé e per la disomogeneità a livello territoriale, far coincidere la qualità con il numero di stelle, non c'è dubbio che l'industria alberghiera stia puntando a qualificarsi/riqualificarsi.

Negli ultimi 5 anni la “forchetta” è andata allargandosi. Gli alberghi 3 stelle rappresentano sempre la maggioranza dei posti letto nazionali (43%), ma il loro peso è andato diminuendo a favore delle categorie superiori (specie i 5 stelle e 5 stelle lusso) (*tavola 2.7 in appendice*).

2.2. L'intermediazione

103

Le agenzie viaggi e i *tour operator* attivi sono 14.700: principalmente società di capitali (38%), ditte individuali (31%), società di persone (25%) (*tavola 2.8 in appendice*).

Non esistono dati precisi, ma si stima che:

- circa 500 siano i *tour operator* attivi sui vari fronti (*incoming, outgoing*, Italia su Italia);
- circa la metà delle agenzie aderiscano a *network* (raggruppamenti nelle varie forme possibili: catene, *franchising* ecc.).

Le imprese dell'intermediazione in Italia e nel mondo, a differenza di quelle della ricettività, nella loro localizzazione non seguono l'offerta di risorse di attrazione, ma la domanda di viaggi e vacanze espressa dalla popolazione residente che ha questo genere di consumi, soprattutto regolari e ripetuti.

Le regioni con la massima concentrazione di agenzie risultano la Lombardia e il Lazio, mentre in fondo alla graduatoria compaiono il Molise e la Valle d'Aosta (*tavola 2.9 in appendice*).

Quest'ultima regione, però, è seconda solo al Lazio per numero di

agenzie in rapporto al numero dei residenti (3,1 per ogni 10 mila abitanti, 2,4 nella media nazionale) (*tavola 2.10 in appendice*).

Al contrario sono pressoché inesistenti statistiche relative a diverse tipologie, ad esempio in relazione alla suddivisione tra agenzie individuali, in *franchising* o appartenenti a *network*, o ancora tra dettaglianti e non.

APPENDICE CAPITOLO 2: TAVOLE STATISTICHE**Tavola 2.1 - L'evoluzione dell'offerta ricettiva in Italia**

	1999		2008		2009	
	n.	%	n.	%	n.	%
Totale Comuni	8.099	100	8.101	100	8.100	100
di cui:						
• con strutture ricettive	4.967	61,3	6.533	80,6	6.613	81,6
• senza strutture ricettive	3.132	38,7	1.568	19,4	1.487	18,4
Comuni con almeno un albergo	4.218	52,1	4.404	54,4	4.422	54,6
Comuni con almeno una struttura extra-alberghiera	3.097	38,2	5.778	71,3	5.922	73,1

Fonte: elaborazione SL&A su dati Istat, 2011.

Tavola 2.4 - L'offerta ricettiva per tipologia

ANNI	ESERCIZI ALBERGHIERI		ESERCIZI EXTRA-ALBERGHIERI		Totale	
	Numero	Letti	Numero	Letti	Numero	Letti
2005	33.527	2.028.452	129.936	4.350.533	163.463	6.378.985
2006	33.768	2.087.010	134.707	4.498.910	168.475	6.585.920
2007	34.058	2.142.786	131.049	4.485.581	165.107	6.628.367
2008	34.155	2.201.838	140.263	4.649.050	174.418	6.850.888
2009	33.967	2.227.832	145.358	4.598.682	179.325	6.826.514

Fonte: Istat, 2011.

Tavola 2.5 - L'offerta ricettiva per tipologia (valori percentuali)

ANNI	ESERCIZI ALBERGHIERI		ESERCIZI EXTRA-ALBERGHIERI	
	Numero	Letti	Numero	Letti
2005	20,5	31,8	79,5	68,2
2006	20	31,7	80	68,3
2007	20,6	32,3	79,4	67,7
2008	19,6	32,1	80,4	67,9
2009	18,9	32,6	81,1	67,4

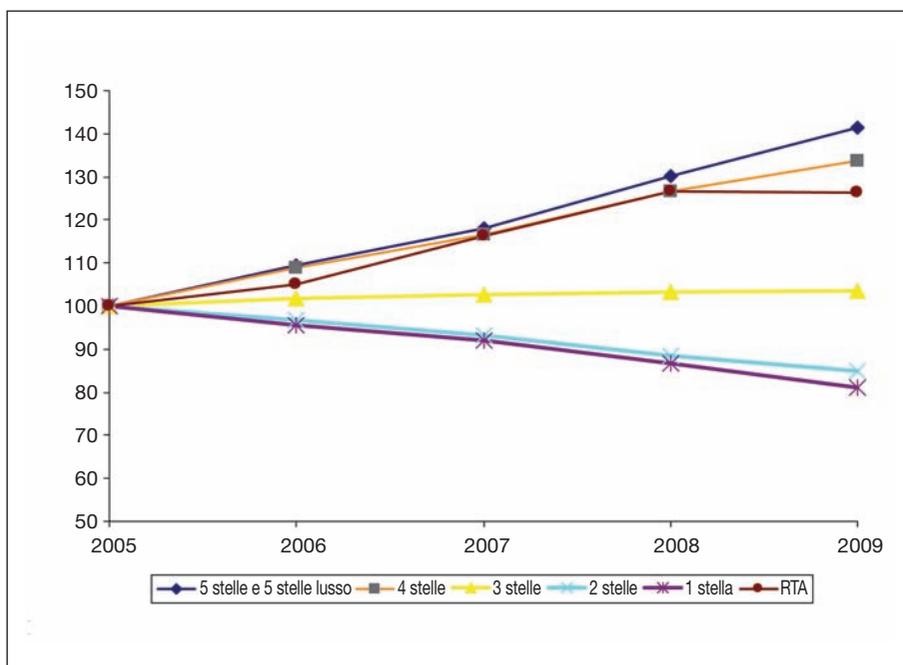
Fonte: elaborazioni SL&A su dati Istat, 2011.

Tavola 2.6 - La dimensione media delle strutture ricettive italiane (posti letto per struttura)

ANNI	ESERCIZI ALBERGHIERI	ESERCIZI EXTRA- ALBERGHIERI
2005	60,5	33,5
2006	61,8	33,4
2007	62,9	34,2
2008	64,5	33,1
2009	65,6	31,6

Fonte: elaborazioni SL&A su dati Istat, 2011.

Tavola 2.7 L'evoluzione dell'offerta alberghiera per categoria

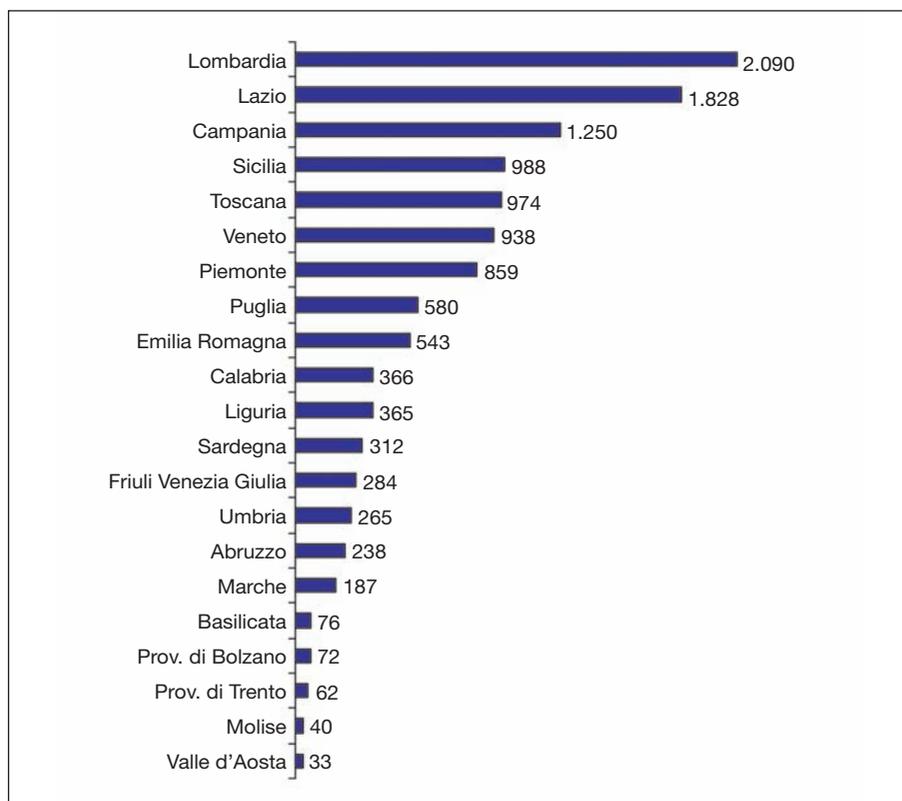


Fonte: elaborazioni SL&A su dati Istat, 2011.

Tavola 2.8 - Le agenzie di viaggio in Italia nel 2010

	Registrate		Attive	
	n.	%	n.	%
Società di capitali	6.944	41,5	5.546	37,7
Società di persone	4.138	24,7	3.726	25,3
Ditte individuali	4.738	28,3	4.691	31,9
Altre forme di impresa	924	5,5	762	5,2
Totale	16.744	100	14.725	100

Fonte: elaborazioni SL&A su dati Infocamere-Movimprese, 2011.

Tavola 2.9 - Le agenzie di viaggio e i tour operator in Italia (distribuzione regionale delle imprese attive, 2010)

Fonte: elaborazioni SL&A su dati Infocamere-Movimprese, 2011.

**Tavola 2.10 - Le agenzie di viaggio e i *tour operator* in Italia
(il rapporto con la popolazione residente, 2010)**

	Agenzie registrate	Agenzie attive	Popolazione residente	n. agenzie attive per 10.000 abitanti
Lombardia	2.767	2.435	9.826.141	2,5
Lazio	2.684	2.101	5.681.868	3,7
Campania	1.662	1.495	5.824.662	2,6
Sicilia	1.437	1.277	5.042.992	2,5
Toscana	1.304	1.159	3.730.130	3,1
Veneto	1.187	1.065	4.912.438	2,2
Piemonte	1.156	1.062	4.446.230	2,4
Emilia-Romagna	900	792	4.395.569	1,8
Puglia	761	711	4.084.035	1,7
Sardegna	545	508	1.672.404	3
Liguria	488	425	1.615.986	2,6
Calabria	373	346	2.009.330	1,7
Marche	329	303	1.559.542	1,9
Abruzzo	302	281	1.338.898	2,1
Umbria	242	219	900.790	2,4
Friuli-Venezia Giulia	229	198	1.234.079	1,6
Trentino-Alto Adige	165	159	1.028.260	1,5
Basilicata	116	103	588.879	1,7
Molise	51	46	320.229	1,4
Valle d'Aosta	46	40	127.866	3,1
Totale	16.744	14.725	60.340.328	2,4

Fonte: elaborazioni SL&A su dati Infocamere-Movimprese e Istat, 2011.

Capitolo 3

Il lavoro

Un settore di “mac jobs”?

Le difficoltà di definizione delle imprese si riflettono ovviamente sulla quantificazione del lavoro nel turismo: così come sono incerte e fluttuanti le misure circa il contributo delle attività turistiche al prodotto interno lordo (in Italia si parla di una “forchetta” che oscilla dal 6 al 12%), allo stesso modo non si riesce a ottenere una valutazione attendibile e condivisa circa il peso occupazionale.

In linea di massima, comunque, si è finora ritenuto che il contributo occupazionale non si discostasse molto da quello economico, segnalando quindi un dato di produttività non lontano dalla media dell'intera economia.

Tuttavia, un dato ISTAT raccolto ed elaborato da Federalberghi, relativo al 2008, fornisce un quadro piuttosto diverso: si parla infatti di un valore aggiunto per addetto di 20,3 migliaia di euro (30,7 mila nell'alloggio, 17,2 nella ristorazione), nettamente inferiore alla media di sistema, che è di 41,3 mila euro. Tale dato non scaturisce dal diverso numero di ore lavorate per dipendente, quanto dalla retribuzione media lorda per dipendente: 14.600 euro/anno contro 23.600 del totale, con un costo orario del lavoro di 12,7 euro contro 19,8.

Secondo Eurostat nel 2009 i lavoratori impegnati nel turismo italiano (servizi ricettivi e ristorazione) erano 1 milione e 116 mila, pari al 5,1% dell'occupazione nazionale. Nella classifica del ruolo occupazionale del turismo, l'Italia sarebbe in una posizione medio-alta rispetto alla media europea (4,3%), preceduta da Malta, Spagna, Cipro, Grecia, Portogallo e Irlanda.

C'è comunque da rilevare che, nel medio-lungo periodo (e quindi

al lordo del *turnover*), il turismo appare come uno dei settori più stabili in termini occupazionali assoluti, in quanto fortemente *labour intensive*, e quindi poco soggetto al rischio di sostituzione per effetto di tecnologie o globalizzazione.

I dati circa il lavoro dipendente, forniti in Italia dall'Ente Bilaterale, parlano di 925.882 lavoratori in media annuale, con una forte oscillazione stagionale, tra una minima di 803.807 e una massima di 1.090.126 unità.

I dipendenti rappresentano il 60% della forza lavoro occupata, mentre il lavoro autonomo, nelle sue varie forme, pesa per circa il 33%.

I dipendenti delle imprese ricettive sono 242 mila (con una oscillazione tra alta e bassa stagione di 60 mila unità), mentre nell'intermediazione sono occupati 36 mila lavoratori, con variazioni quasi impercettibili nel corso dell'anno (*tavole 3.1, 3.2 e 3.3 in appendice*).

Sempre nel turismo italiano, il 6% dei lavoratori è definibile in senso stretto come stagionale, mentre il 40% risulta avere un contratto part-time (il doppio rispetto alla media generale relativa a tutta l'economia italiana), e il 25% è occupato a tempo determinato (anche in questo caso il doppio).

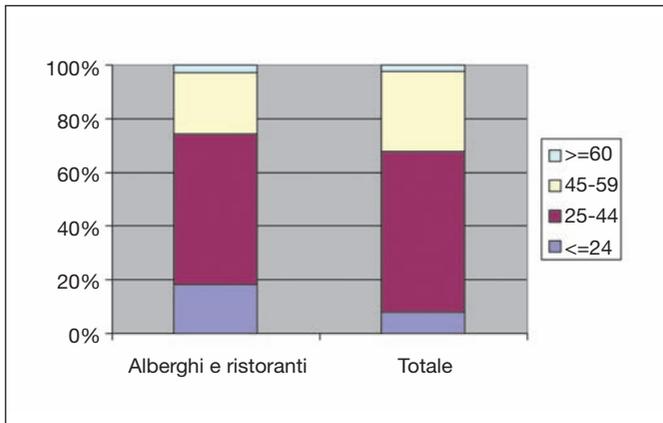
Nella media dei vari comparti che compongono il settore, le differenze di genere si fanno sentire, e propendono verso le donne: il 58% degli occupati infatti è di sesso femminile, con una punta del 77% nell'intermediazione.

Un lavoro "debole", ma non in crisi

In sintesi il mercato del lavoro nel comparto alberghi e ristoranti, in base ai dati Inps⁴, si presenta con una tendenza "stabile tendente al bello" (in leggerissima crescita) rispetto alla media nazionale tra il 2008 e il 2009 (*tavola 3.4 in appendice*).

Da notare inoltre che nel turismo, più che nella media nazionale, risulta impegnata una forza lavoro giovane: sono infatti oltre il doppio della media i lavoratori con meno di 24 anni (*tavola 3.5*).

⁴ I dati che seguono sono stati tratti dall'Osservatorio sui lavoratori dipendenti, curato dall'INPS.

Tavola 3.5 - I lavoratori dipendenti per classi di età

Fonte: elaborazioni SL&A su dati INPS, 2011.

Negli ultimi 18 anni i lavoratori regolari sono raddoppiati, mentre i non regolari rilevati sono rimasti praticamente fissi intorno alla cifra di 100 mila (12% del totale nel 2008, anche se una stima Istat del 2005 parlava del 35,8%) (tavole 3.6, 3.7 e 3.8 in appendice).

Il turismo sembra quindi essere avviato all'emersione e alla regolarizzazione lavorativa, anche per effetto delle numerosissime evoluzioni normative che hanno portato verso una "flessibilità governata e legalizzata" anche posizioni prima strutturalmente sommerse.

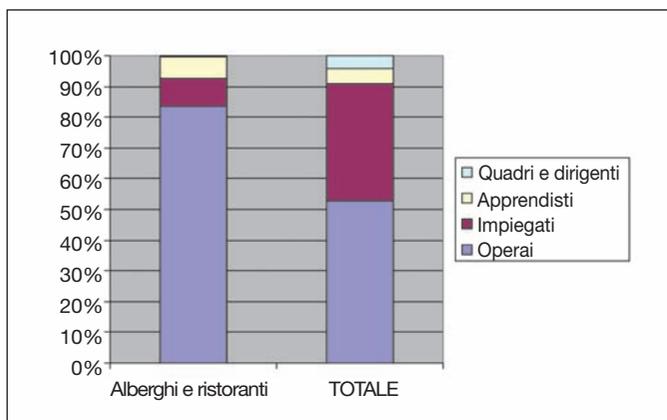
Di questa evoluzione si ha chiara traccia da un lato nei contratti collettivi nazionali di categoria, dall'altro nelle nuove fattispecie come il "lavoro intermittente" e/o "a chiamata", e i *voucher* o "buoni lavoro" per le attività occasionali e accessorie, in realtà spesso utilizzati per le figure caratteristiche e centrali dell'attività, in momenti occasionali di maggior domanda.

La considerazione che viene da fare alla luce di questi dati è piuttosto inusuale: sembrerebbe infatti che il "sommerso", quasi connotato al settore, anziché aver trovato una qualche forma di emersione per effetto di un adeguamento delle imprese alle normative correnti, abbia visto piuttosto una progressiva estensione delle normative nella direzione dei comportamenti correnti, fino a renderne "legali" la maggior parte.

Quanto alle figure professionali, nel turismo sono del tutto prevalenti quelle esecutive e manuali, sintetizzabili nella qualifica "operaia", che

sfiora l'85%; molto ridotta la presenza della categoria impiegatizia, praticamente assente risulta infine quella dei quadri e dei dirigenti, quasi a configurare un esercito di soli soldati, senza graduati (tavola 3.9).

Tavola 3.9 - I lavoratori dipendenti per qualifica



Fonte: elaborazioni SL&A su dati INPS, 2011.

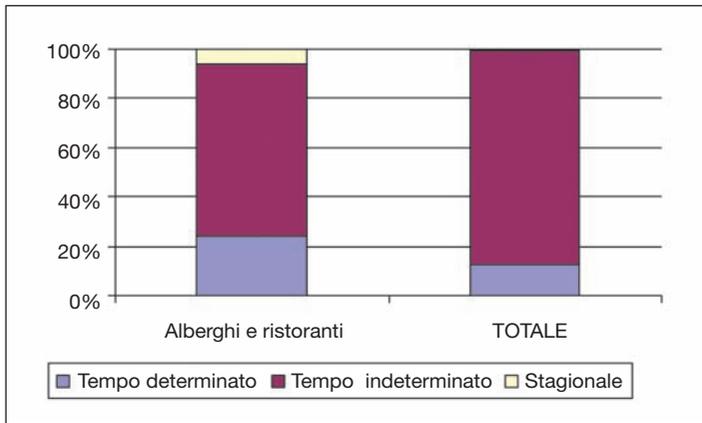
Ma chi comanda c'è, anche se ha una posizione diversa: sono infatti circa mezzo milione i lavoratori autonomi, in prevalenza titolari e collaboratori familiari, che "all'interno delle piccole e medie imprese svolgono funzioni direttive, occupando il ruolo che in altri contesti è svolto da quadri e dirigenti".⁵

Un'occupazione tutt'altro che sicura

Non vi è dubbio che quello del turismo sia un settore con un *turnover* lavorativo maggiore rispetto alla media.

Un primo elemento a conferma di ciò è dato dalla tipologia dei contratti: come si è accennato, tra le imprese del comparto "alberghi e ristoranti" circa un quarto dei dipendenti ha un contratto a tempo determinato (il doppio che nella media nazionale) (tavola 3.10).

⁵ Datatur, Federalberghi, 2011.

Tavola 3.10 - I lavoratori dipendenti per tipologia di contratto

Fonte: elaborazioni SL&A su dati INPS, 2011.

A ciò si aggiunge un 6% di lavoratori dipendenti con contratti stagionali, che hanno invece un peso praticamente nullo nel totale delle imprese. Non è quindi la formula del lavoro dipendente stagionale quella che è parsa più idonea a recuperare le particolarità del settore, quanto da un lato il lavoro temporaneo, dall'altro quello autonomo nelle sue varie forme.

Senza poi contare che i dati forniti dall'Inps non tengono conto del supporto dei familiari, in genere non regolarizzati, che specie nelle piccole imprese fanno la differenza in questo settore.

Anche in termini di orario di lavoro il comparto degli alberghi e ristoranti si distingue dagli altri.

In questo caso il settore si connota per una presenza pari al doppio della media di lavoratori part-time, che rappresentano oltre il 40% del totale degli addetti (*tavola 3.11*).

Tavola 3.11 - I lavoratori dipendenti per tipologia di contratto



Fonte: elaborazioni SL&A su dati INPS, 2011.

APPENDICE CAPITOLO 3: TAVOLE STATISTICHE**Tavola 3.1- I lavoratori nel turismo per comparto di attività (2008)**

	v.a.	%
Servizi ricettivi	241.299	26,1
Pubblici esercizi	639.293	69
Intermediazione	36.441	3,9
Stabilimenti termali	8.849	1
Totale	925.882	100

Fonte: Osservatorio sul mercato del lavoro nel turismo, Federalberghi-FIPE, 2010.

Tavola 3.2 - Variazione mensile dei lavoratori dipendenti rispetto alla media (valori %, 2008)

	Servizi ricettivi	Agenzie di viaggio
Gennaio	-23,1	-4,1
Febbraio	-24,2	-2,7
Marzo	-13,8	-1,8
Aprile	-7,7	0,2
Maggio	5,8	1,9
Giugno	27,2	4,8
Luglio	35,8	4,1
Agosto	35,5	3,2
Settembre	25,4	1,7
Ottobre	-9,3	-1,3
Novembre	-29,8	-2,4
Dicembre	-21,8	-3,8

Fonte: Osservatorio sul mercato del lavoro nel turismo, Federalberghi-FIPE, 2010.

Tavola 3.3 Lavoratori dipendenti per comparto e sesso (valori %)

	maschi	femmine	totale
Servizi ricettivi	44,5	55,5	100
Pubblici esercizi	41,5	58,5	100
Intermediazione	23	77	100
Stabilimenti termali	38,1	61,9	100
Totale	41,6	58,4	100

Fonte: Osservatorio sul mercato del lavoro nel turismo, Federalberghi-FIPE, 2010.

Tavola 3.4 - I lavoratori dipendenti nel comparto alberghi e ristoranti

	2008	2009	var. %
Alberghi e ristoranti	799.675	802.214	0,3
Totale imprese	12.472.460	12.210.386	-2,1

Fonte: elaborazioni SL&A su dati INPS, 2011.

Tavola 3.6 - Occupati dipendenti (in migliaia)

ATTIVITÀ ECONOMICHE	1991	1996	2001	2006	2007	2008	2009
REGOLARI							
Agricoltura, silvicoltura e pesca	357,3	332,9	327,9	334,4	319,2	307,1	305,5
Industria	5.345,3	4.867,6	4.998,8	5.348,6	5.433,3	5.412,8	5.174,9
Servizi	8.547,3	8.587,1	9.579,5	10.951,8	11.223	11.427,9	11.384,7
Commercio, riparazioni, alberghi e ristoranti, trasporti e comunicazioni	2.561	2.501,9	2.897	3.426,5	3.531,2	3.600,3	3.542,1
<i>Commercio all'ingrosso, al dettaglio e riparazioni</i>	1.329,4	1.269	1.452,4	1.737,9	1.779,2	1.819,8	—
<i>Alberghi e pubblici esercizi</i>	334,4	381,5	501,9	694,7	740,6	760,7	—
<i>Trasporti e comunicazioni</i>	897,2	851,4	942,7	993,9	1.011,4	1.019,8	—
Intermediazione monetaria e finanziaria; attività immobiliari e imprenditoriali	1.229,4	1.337	1.795,1	2.140,1	2.242,2	2.319,9	2.268,9
Altre attività di servizi	4.756,9	4.748,2	4.887,4	5.385,2	5.449,6	5.507,7	5.573,7
TOTALE	14.249,9	13.787,6	14.906,2	16.634,8	16.975,5	17.147,8	16.865,1
NON REGOLARI							
Agricoltura, silvicoltura e pesca	397,4	246,1	219,1	214,7	224	227	223
Industria	494,7	404	423,5	331,9	316,1	314,2	329,6
Servizi	1.564,9	1.613,6	1.766	1.614,8	1.604,5	1.601,1	1.615,6
Commercio, riparazioni, alberghi e ristoranti, trasporti e comunicazioni	451,5	481,9	550,7	409,7	409,3	407,8	414
<i>Commercio all'ingrosso, al dettaglio e riparazioni</i>	273,9	283,6	312,1	240,6	236,7	238,5	—
<i>Alberghi e pubblici esercizi</i>	108,5	129,7	163,5	107,2	108,3	105,1	—
<i>Trasporti e comunicazioni</i>	69,1	68,6	75,1	61,9	64,3	64,2	—
Intermediazione monetaria e finanziaria; attività immobiliari e imprenditoriali	286,4	234	245,2	230,3	240,1	249,6	274,3
Altre attività di servizi	827	897,7	970,1	974,8	955,1	943,7	927,3
TOTALE	2.457	2.263,7	2.408,6	2.161,4	2.144,6	2.142,3	2.168,2
% di NON REGOLARI su totale							
Agricoltura, silvicoltura e pesca	52,7	42,5	40,1	39,1	41,2	42,5	42,2
Industria	8,5	7,7	7,8	5,8	5,5	5,5	6
Servizi	15,5	15,8	15,6	12,8	12,5	12,3	12,4
Commercio, riparazioni, alberghi e ristoranti, trasporti e comunicazioni	15	16,2	16	10,7	10,4	10,2	10,5
<i>Commercio all'ingrosso, al dettaglio e riparazioni</i>	17,1	18,3	17,7	12,2	11,7	11,6	—
<i>Alberghi e pubblici esercizi</i>	24,5	25,4	24,6	13,4	12,8	12,1	—
<i>Trasporti e comunicazioni</i>	7,2	7,5	7,4	5,9	6	5,9	—
Intermediazione monetaria e finanziaria; attività immobiliari e imprenditoriali	18,9	14,9	12	9,7	9,7	9,7	10,8
Altre attività di servizi	14,8	15,9	16,6	15,3	14,9	14,6	14,3
TOTALE	9,9	8,1	7,3	7,4	7,3	7,4	7,4

Fonte: elaborazioni SL&A su dati Istat, 2011.

Tavola 3.7 - Occupati indipendenti (in migliaia)

ATTIVITÀ ECONOMICHE	1991	1996	2001	2006	2007	2008	2009
REGOLARI							
Agricoltura, silvicoltura e pesca	489,2	449,8	414,6	342,3	327,2	319,3	311
Industria	1.459,1	1.358,9	1.364,2	1.374,8	1.396,2	1.371,3	1.337,3
Servizi	3.753,3	3.625,7	3.856,9	3.911,6	3.898,5	3.836,8	3.725,1
Commercio, riparazioni, alberghi e ristoranti, trasporti e comunicazioni	2.587,4	2.313,8	2.277	2.197,2	2.181,3	2.126,5	2.055,8
<i>Commercio all'ingrosso, al dettaglio e riparazioni</i>	1.967,1	1.760,4	1.713,2	1.645,9	1.622,3	1.567,9	—
<i>Alberghi e pubblici esercizi</i>	407,8	362,5	372,9	383,6	396,2	392,7	—
<i>Trasporti e comunicazioni</i>	212,5	190,9	190,9	167,7	162,8	165,9	—
Intermediazione monetaria e finanziaria; attività immobiliari e imprenditoriali	650,6	755,7	978,5	1.125,3	1.134,9	1.133,2	1.086,1
Altre attività di servizi	515,3	556,2	601,4	589,1	582,3	577,1	583,2
TOTALE	5.701,6	5.434,4	5.635,7	5.628,7	5.621,9	5.527,4	5.373,4
NON REGOLARI							
Agricoltura, silvicoltura e pesca	398,8	222,7	148,6	147,3	143,4	139,8	139,5
Industria	46,9	48,7	43,5	44,6	45,9	46,7	44,3
Servizi	178,4	208,9	250,5	257,3	256,6	256,2	248,1
Commercio, riparazioni, alberghi e ristoranti, trasporti e comunicazioni	50,6	48,5	41,9	41,6	41,5	41,3	40,4
<i>Commercio all'ingrosso, al dettaglio e riparazioni</i>	38,1	35,8	30	29,7	29,3	29,4	—
<i>Alberghi e pubblici esercizi</i>	6,4	4,6	3,6	3,5	3,6	3,6	—
<i>Trasporti e comunicazioni</i>	6,1	8,1	8,3	8,4	8,6	8,3	—
Intermediazione monetaria e finanziaria; attività immobiliari e imprenditoriali	29,8	48	81,2	80,3	79,1	79,5	76,4
Altre attività di servizi	98	112,4	127,4	135,4	136	135,4	131,3
TOTALE	624,1	480,3	442,6	449,2	445,9	442,7	431,9
% di NON REGOLARI su totale							
Agricoltura, silvicoltura e pesca	44,9	33,1	26,4	30,1	30,5	30,5	31
Industria	3,1	3,5	3,1	3,1	3,2	3,3	3,2
Servizi	4,5	5,4	6,1	6,2	6,2	6,3	6,2
Commercio, riparazioni, alberghi e ristoranti, trasporti e comunicazioni	1,9	2,1	1,8	1,9	1,9	1,9	—
<i>Commercio all'ingrosso, al dettaglio e riparazioni</i>	1,9	2	1,7	1,8	1,8	1,8	—
<i>Alberghi e pubblici esercizi</i>	1,5	1,3	1	0,9	0,9	0,9	—
<i>Trasporti e comunicazioni</i>	2,8	4,1	4,2	4,8	5	4,8	—
Intermediazione monetaria e finanziaria; attività immobiliari e imprenditoriali	4,4	6	7,7	6,7	6,5	6,6	6,6
Altre attività di servizi	16	16,8	17,5	18,7	18,9	19	18,4
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100

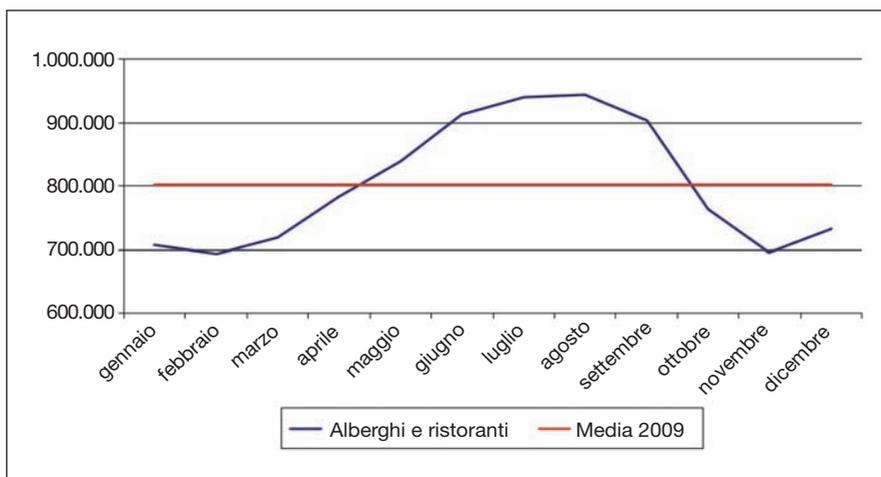
Fonte: elaborazioni SL&A su dati Istat, 2011.

Tavola 3.8 Occupati totali (in migliaia)

ATTIVITÀ ECONOMICHE	1991	1996	2001	2006	2007	2008	2009
REGOLARI							
Agricoltura, silvicoltura e pesca	846,5	782,7	742,5	676,7	646,4	626,4	616,5
Industria	1.459,1	1.459,1	1.459,1	1.459,1	1.459,1	1.459,1	1.459,1
Servizi	3.753,3	3.753,3	3.753,3	3.753,3	3.753,3	3.753,3	3.753,3
Commercio, riparazioni, alberghi e ristoranti, trasporti e comunicazioni	5.148,4	4.815,7	5.174	5.623,7	5.712,5	5.726,8	5.597,9
<i>Commercio all'ingrosso, al dettaglio e riparazioni</i>	3.296,5	3.029,4	3.165,6	3.383,8	3.401,5	3.387,7	—
<i>Alberghi e pubblici esercizi</i>	742,2	744	874,8	1.078,3	1.136,8	1.153,4	—
<i>Trasporti e comunicazioni</i>	1.109,7	1.042,3	1.133,6	1.161,6	1.174,2	1.185,7	—
Intermediazione monetaria e finanziaria; attività immobiliari e imprenditoriali	1.880	2.092,7	2.773,6	3.265,4	3.377,1	3.453,1	3.355
Altre attività di servizi	5.272,2	5.304,4	5.488,8	5.974,3	6.031,9	6.084,8	6.156,9
TOTALE	19.951,5	19.222	20.541,9	22.263,5	22.597,4	22.675,2	22.238,5
NON REGOLARI							
Agricoltura, silvicoltura e pesca	796,2	468,8	367,7	362	367,4	366,8	362,5
Industria	541,6	452,7	467	376,5	362	360,9	373,9
Servizi	1.743,3	1.822,5	2.016,5	1.872,1	1.861,1	1.857,3	1.863,7
Commercio, riparazioni, alberghi e ristoranti, trasporti e comunicazioni	502,1	530,4	592,6	451,3	450,8	449,1	454,4
<i>Commercio all'ingrosso, al dettaglio e riparazioni</i>	312	319,4	342,1	270,3	266	267,9	—
<i>Alberghi e pubblici esercizi</i>	114,9	134,3	167,1	110,7	111,9	108,7	—
<i>Trasporti e comunicazioni</i>	75,2	76,7	83,4	70,3	72,9	72,5	—
Intermediazione monetaria e finanziaria; attività immobiliari e imprenditoriali	316,2	282	326,4	310,6	319,2	329,1	350,7
Altre attività di servizi	925	1.010,1	1.097,5	1.110,2	1.091,1	1.079,1	1.058,6
TOTALE	3.081,1	2.744	2.851,2	2.610,6	2.590,5	2.585	2.600,1
% di NON REGOLARI su totale							
Agricoltura, silvicoltura e pesca	48,5	37,5	33,1	34,9	36,2	36,9	37
Industria	27,1	23,7	24,2	20,5	19,9	19,8	20,4
Servizi	31,7	32,7	34,9	33,3	33,1	33,1	33,2
Commercio, riparazioni, alberghi e ristoranti, trasporti e comunicazioni	8,9	9,9	10,3	7,4	7,3	7,3	—
<i>Commercio all'ingrosso, al dettaglio e riparazioni</i>	8,6	9,5	9,8	7,4	7,3	7,3	—
<i>Alberghi e pubblici esercizi</i>	13,4	15,3	16	9,3	9	8,6	—
<i>Trasporti e comunicazioni</i>	6,3	6,9	6,9	5,7	5,8	5,8	—
Intermediazione monetaria e finanziaria; attività immobiliari e imprenditoriali	14,4	11,9	10,5	8,7	8,6	8,7	9,5
Altre attività di servizi	14,9	16	16,7	15,7	15,3	15,1	14,7
TOTALE	13,4	12,5	12,2	10,5	10,3	10,2	10,5

Fonte: elaborazioni SL&A su dati Istat, 2011.

Tavola 3.12 La stagionalità dei lavoratori dipendenti



Fonte: elaborazioni SL&A su dati INPS, 2011.

Capitolo 4

I fenomeni emergenti

4.1. Le terziazizzazioni nel turismo

Ormai da diversi anni, ma senza che del fenomeno si abbia una quantificazione precisa, anche nel turismo tende a svilupparsi la cosiddetta terziazizzazione di funzioni aziendali, estesa ad alcune aree operative una volta considerate proprie e caratteristiche, e cioè parte integrante del *core business*.

Pur in assenza di dati statistici, si tratta certamente di una tendenza rilevante, di un “iceberg” di grandi dimensioni la cui “punta” è tale da assurgere perfino agli onori della pubblicità televisiva, in *peak time* sulle reti nazionali Mediaset.⁶

Il fenomeno si avverte in varie tipologie di impresa, e non ha in assoluto caratteri di novità, ma per le sue dimensioni e per alcuni casi-limiti⁷ ha suscitato l’attenzione e le reazioni delle Organizzazioni dei Lavoratori, che ne hanno voluto fare argomento di trattativa e oggetto dell’ultimo Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro della categoria.⁸

In linea generale, per terziazizzazione si intende la definizione, la profilazione e lo scorporo di funzioni aziendali, che vengono affidate a

⁶ È il caso dell’Unione di Imprese denominata “Hotel Volver”, che offre i propri servizi (tra gli altri pulizie, *reception*, *facility management*), alle imprese alberghiere in Veneto, Lombardia e Lazio.

⁷ Ad esempio alcuni hotel del gruppo Boscolo.

⁸ La ricerca di procedure ed eventuali accordi di terziazizzazione nel turismo, svolta sul web, non ha dato risultati specifici, oltre all’enunciato del CCNL e ai relativi commenti. Si ha invece notizia di procedure in settori connessi, da ultimo la compagnia aerea Meridiana.

soggetti diversi da quelli che gestiscono l'impresa vera e propria. È una tendenza già in atto, alla quale le imprese hanno in vario modo fatto ricorso, ma che dal CCNL siglato a febbraio 2010 ha preso una forma e una considerazione esplicite e regolamentate.

Questa gestione esterna può avere diverse forme e risvolti:

- ricorrendo a servizi esterni, le imprese mirano a ottenere economie di costo a parità di prestazioni e servizi resi;
- con il trasferimento ad altre aziende di alcune funzioni si può generare l'effetto di ridurre l'occupazione diretta;
- trasformando il rapporto dalla sfera del lavoro a quello della prestazione di servizi, si possono avere maggiore flessibilità di utilizzo e minori vincoli;
- per converso, non è detto che le figure lavorative indirettamente impegnate abbiano la stessa professionalità specifica di quelle "interne";
- c'è un rischio di cambiamento del contratto di lavoro (da turismo ad appalto di servizi);
- infine, statisticamente parlando, si può anche avere il transito di imprese e addetti ad altri settori economici.

Nel caso dell'intermediazione, il fenomeno ha finora assunto forme e intensità ridotte, e non ha suscitato particolari problemi e reazioni: le funzioni aziendali "esternalizzate" sono in particolare quelle di assistenza e guida a gruppi di turisti, di gestione di *database* di clienti e fornitori, di call center e assistenza nella gestione di portali e siti internet, di promozione delle vendite anche mediante il reclutamento di lavoratori autonomi che svolgono tali mansioni a domicilio ovvero porta a porta (*travel consultants, promoters, home agents* ecc.).

Nel caso della ricettività, invece, l'evoluzione in senso "terziario" ha più lunga deriva (in alcuni casi rappresenta la stessa cifra fondante dell'azienda e del suo modello di business), e assume forme ben più strutturali:

- gestione separata di comparti aziendali (dalle *dependances* alla ristorazione, alla spiaggia, al centro *wellness* e *fitness*, all'intrattenimento, al centro congressi);
- acquisizione di servizi accessori (lavanderia con o senza noleggìo, guardiania, giardinaggio, manutenzioni, vigilanza e salvamento per le piscine ecc.);
- sostituzione di funzioni interne (*house keeping* e servizio a piani, *reception*, pulizie generali ecc.).

Dal lato aziendale vi sono quindi considerazioni di costo e di elasticità degli apporti, esplicitate, in fase di commento critico al CCNL, dalle stesse Associazioni datoriali e dai loro membri.

Dal lato sindacale vi è invece la richiesta e quindi il tentativo di mantenere la specificità del tipo di mansioni, e il contrasto al rischio che il rapporto di lavoro nel turismo scada nella mera somministrazione di manodopera.

In linea generale, in discussione appare comunque la competenza degli apporti di lavoro, e la professionalità specifica dei lavoratori: un fenomeno molto pericoloso proprio nel turismo, in cui la qualità della relazione e del contatto tra ospite e ospitante appare un elemento valutativo non sostituibile per l'impresa e la destinazione.

4.2. Il lavoro dei giovani

Sono passate due generazioni da quando il sogno dei genitori era avere un figlio dottore o avvocato, e appena una da che il sogno dei figli era quello di fare il magistrato o il giornalista.

Ora molte indagini, persino tra i giovani della Lombardia "industriale", sembrano indicare un cambio di tendenza epocale: è il turismo, nelle sue varie sfaccettature, a concentrare le aspettative professionali e, forse, anche di vita.

I due piani, quello lavorativo e quello "esistenziale", nel turismo si legano più strettamente che in altri settori. Per molti ragazzi, che magari guardano a queste attività dall'esterno, "lavorare nel turismo" sembra essere quasi un ideale, oltre che una prospettiva di reddito.

I percorsi professionali per realizzare questo obiettivo non sono completamente chiari e definiti, ma certamente il sistema formativo italiano, almeno a livello quantitativo, sembra attrezzato alla bisogna; si contano infatti:

- 529 Istituti superiori di secondo grado, di cui 251 Professionali di Servizi Alberghieri e di Ristorazione (IPSAR), 219 di Servizi commerciali e turistici (IPSCCT), 59 Istituti Tecnici per il Turismo⁹;
- 64 corsi di laurea di primo livello (23 dei quali a orientamento economico, 18 linguistico, 15 umanistico);

⁹ Osservatorio Nazionale del Turismo, Anno Scolastico 2009-10.

- 36 corsi di laurea di secondo livello;
- 27 master, 14 dei quali a orientamento economico.¹⁰

Tutti si propongono di avviare al lavoro nel turismo una massa crescente di giovani formandi/formati specificamente.

Una massa che in diversi casi ha davanti a sé una prospettiva concreta, soprattutto in quanto portatrice di una specializzazione apprezzata e richiesta dalle imprese (tipico il caso degli IPSAR, con particolare riferimento ai cuochi), ma in altri è destinata a restare insoddisfatta, a causa di una divaricazione tra i profili formativi e le aspettative dei giovani da un lato, e le richieste e le aspettative delle aziende dall'altro.

Come già accennato, nelle imprese turistiche i giovani under 24 sono il 18% dei lavoratori, quasi il doppio della media nazionale di tutti i settori. Il turismo si dimostra quindi un settore più "aperto" degli altri al contributo lavorativo giovanile, soprattutto in virtù di una domanda di lavoro piuttosto despecializzata, e della pratica diffusa di tutti i possibili istituti "morbidi" di accesso al lavoro, primo tra tutti l'uso degli *stage*.

Per le imprese turistiche, infatti, aver maturato un'esperienza specifica non sembra essere un requisito poi così essenziale nei neo-addetti: è richiesta nel 53% dei casi, contro il 60% dell'intera economia.¹¹

Nelle assunzioni programmate dalle imprese prevale il *medium skill* (80%), mentre l'*high skill* è quasi del tutto trascurato (3% contro il 23% "di sistema"). Questo è un dato che trova preciso riscontro nei livelli professionali in azienda, che come già osservato non prevedono quasi "quadri" e "dirigenti", funzioni, queste, svolte dai titolari e dai loro familiari con profili di lavoro autonomo e libero professionali.

È a questo livello che probabilmente si registrano le maggiori frustrazioni nei giovani laureati e masterizzati, che hanno maturato un profilo e un'aspettativa manageriale, e si trovano invece sbarrate le porte dei piani alti delle aziende.

Sempre dal Sistema Excelsior si rileva che anche il livello di apporti lavorativi classificati come *low skill* non sembra addirsi al turismo:

¹⁰ Osservatorio Nazionale del Turismo, Anno Accademico 2010-11.

¹¹ Rapporto Excelsior sui fabbisogni professionali per l'occupabilità, dati 2009.

siamo infatti al 17% del totale, contro il 43% dell'intero sistema produttivo.

Le aziende cercano quindi essenzialmente giovani formati e non troppo specializzati, magari per un lavoro "in transito": non meramente esecutivi, ma neppure destinati alla dirigenza. Piuttosto, disponibili a vivere nel turismo un'esperienza di lavoro limitata nel tempo e nelle aspettative, alla ricerca di qualcos'altro, che non necessariamente avrà lo stesso settore di riferimento.

Elevato *turnover* e formazione *on the job* rappresentano la modalità aziendale di rapporto al lavoro giovanile. Infatti il 19,6% delle imprese turistiche ospita tirocini e *stage*, un dato che cresce con la dimensione delle imprese stesse: fino al 79% delle (poche) più grandi.

4.3 Il lavoro degli stranieri

Secondo Federalberghi, nel corso del 2010 è stato consentito l'ingresso in Italia di 80.000 lavoratori non comunitari residenti all'estero, per motivi di lavoro subordinato stagionale.¹²

A questo fenomeno, che deve essere assunto come in qualche modo transitorio - in quanto non si conosce il tasso di permanenza dei lavoratori stranieri nel nostro paese e nel settore - si dovrebbero aggiungere i 77.600 lavoratori stranieri impegnati in permanenza nelle attività turistiche italiane, che costituiscono tra l'8 e il 9 % del totale degli addetti.

Nel turismo l'impiego di lavoratori stranieri, sia per quanto riguarda i suoi aspetti stagionali, sia per quelli annuali o a tempo indeterminato, sembra riguardare solo gli alberghi e i pubblici esercizi, trascurando quasi completamente l'intermediazione.

Nelle statistiche ufficiali¹³ il turismo risulterebbe comunque un buon utilizzatore di manodopera immigrata, come risulta dalla *tavola 4.1*: i lavoratori stranieri vi risultano impegnati nella misura del 9,1% (contro il 4,7% degli Italiani), con una concentrazione inferiore solo ai Servizi Sociali e alle Costruzioni.

Il fenomeno dell'impiego di immigrati nel turismo, al di là delle sue cifre ufficiali, sembrerebbe comunque ancora superiore, in quanto

¹² Federalberghi, 61° Assemblea Annuale, marzo 2011.

¹³ Elaborazione Caritas su dati ISTAT, Settimo Rapporto sulle Migrazioni, 2010.

correlato anche con un elevato tasso di irregolarità. Ma di questa diffusa percezione si ottiene riscontro solo mediante ricerche locali/specifiche, come ad esempio rilevato in Trentino nel 2007.

Comunque le imprese alberghiere sono quelle che dichiarano una più elevata propensione ad assumere personale straniero (31,6%), mentre includendo i pubblici esercizi la media del settore arriva al 27%.

Tavola 4.1 - Occupati secondo l'attività economica, media 2009 (valori percentuali)

	Italiani	Stranieri
Agricoltura	3,9	3,4
Industria energia estrattiva	0,8	0,1
Industria trasformazione	20,3	23,1
Costruzioni	7,8	16,3
Commercio	15,6	9,1
Alberghi, ristoranti	4,7	9,1
Trasporti e comunicazioni	5,6	4,3
Intermediazione finanziaria	3,6	0,8
Servizi alle imprese	10,8	7,2
Pubblica Amministrazione, difesa	6,8	0,1
Istruzione, sanità, ass. sociale	14,6	4,6
Altri servizi pubblici sociali	5,4	21,8
Totale	100	100

Fonte: Osservatorio romano sulle migrazioni, Caritas di Roma e CCIAA di Roma.