

## Appunti di supporto per Economic Forum Giannini

### Cenni sul turismo ligure

- In Italia il turismo considerando la filiera complessiva ed includendo tutte le attività "connesse" rappresenta il 13% del PIL e coinvolge il 15% dell'occupazione nazionale. **La Liguria è una regione in cui il turismo ha un peso particolarmente elevato**: i soli comparti dell'alberghiero e della ristorazione pesano per il 4,7% sul valore aggiunto e per l'8,4% degli occupati, dati significativamente più alti rispetto alla media italiana che si attesta intorno al 3,9% e al 6,5% rispettivamente.
- In Liguria il **picco di presenze turistiche presso strutture alberghiere ed extra-alberghiere** è stato toccato **nel 2017**, con **15,6 milioni di presenze**. **Tra la primavera/estate 2018 e la primavera/estate 2019 il turismo ligure ha subito una contrazione** in tutte le province anche se con intensità differenti, a causa del drammatico **crollo del Ponte Morandi** (che ha creato importanti problemi di mobilità autostradale) e della straordinaria **mareggiata** di ottobre 2018 (che ha distrutto numerose strutture balneari e commerciali lungo la costa, oltre a infrastrutture, come il porto e l'intera passeggiata mare di Rapallo e l'intero molo/passeggiata del porto di Imperia). La Spezia è la provincia che ha mostrato la miglior tenuta, favorita da una maggior presenza di turisti stranieri e da una dinamica migliore delle presenze anche degli italiani, grazie alla proposta di elevato standing e attenta alla valorizzazione dei paesaggi, come nel caso delle Cinque Terre. **Dalla fine del 2019 vi erano chiari segnali di ripresa in tutte le province**. L'evoluzione migliore riguardava ancora una volta La Spezia; la provincia con il più basso tasso di crescita, invece, era Savona, interessata il 24 novembre 2019 da una frana che aveva provocato il crollo del viadotto "Madonna del Monte" nel bivio tra l'autostrada A6 e A10, tra Savona e Altare in direzione Torino, con la conseguente chiusura del tratto autostradale e gravi problemi alla viabilità.
- L'analisi dei flussi turistici in Liguria non può dirsi completa senza considerare il rilevante tema delle **secondo case**. Nel corso del 2017 (anno di picco positivo) l'Osservatorio turistico della Regione Liguria ha stimato **61,8 milioni** di presenze turistiche nelle abitazioni private, che sommate a 15,6 milioni di presenze conteggiate dalle strutture ricettive hanno portato il totale a 77,4 milioni. Considerando la sola stagione estiva, le presenze nelle abitazioni private pesano fino all'80% del totale dei turisti. Le presenze turistiche nelle abitazioni private nel 2017 hanno generato sul territorio un impatto economico di 5,6 miliardi di euro dato dalle spese per alloggio e ristorazione e tutte le altre spese nei comparti economici locali (commercio, agro-alimentare, abbigliamento e calzature, enogastronomia ecc.).
- **Nel 2020 l'emergenza COVID-19** ha creato notevoli problemi all'offerta turistica locale messa a dura prova dal susseguirsi di chiusure e aperture e regole sempre più stringenti e costose da attuare, soprattutto per un sistema fatto da piccole e medie imprese spesso a conduzione familiare. La pandemia ha, inoltre, notevolmente ridotto la domanda di turismo (-43% di presenze turistiche presso strutture alberghiere ed extra alberghiere rispetto al 2019), soprattutto per quanto riguarda la componente straniera (-66%). Le presenze di turisti italiani, invece, hanno avuto un calo più contenuto (-27%). Il danno provocato dalla pandemia di COVID-19 per l'economia turistica ligure è stato rilevante, anche se la prevalenza del turismo marino ha contenuto le perdite (hanno accusato cali molto più pronunciati il turismo montano, d'arte e termale). Inoltre, l'internazionalizzazione non particolarmente spiccata delle presenze turistiche (40% di presenze straniere nel 2019 vs 50% come media italiana) e i forti legami con Piemonte e Lombardia (da cui nel 2019 provenivano il 69% dei turisti italiani e il 41% dei turisti totali) hanno mitigato la crisi. La paura di effettuare grandi spostamenti infatti ha rappresentato per la Liguria un'opportunità per riavvicinare alcuni turisti italiani che non la frequentavano più, in particolare i turisti lombardi che negli ultimi 10 anni pre-COVID avevano diminuito le proprie presenze in regione di 570mila unità nelle strutture alberghiere ed extra-alberghiere, forse perché più attratti da mete internazionali. Nella fase pandemica il turismo presso le seconde case ha trovato notevole riscontro per esigenze di distanziamento sociale.

Marzo 2022

Direzione Studi e Ricerche

Industry Research

Romina Galleri  
Economista

- **Nel 2021 le presenze turistiche** liguri alberghiere ed extra-alberghiere sono state pari a circa **11,8 milioni**, mostrando un buon recupero rispetto al 2020 (anno in cui si erano ridotte a poco più di 8,5 milioni), con un aumento del 37,6%. Tuttavia, **sono ancora lontani (-21,9%) i livelli di presenze 2019** (oltre 15 milioni) presso le strutture ricettive. Il calo maggiore rispetto al livello pre-pandemico è riscontrabile nelle presenze di stranieri (-37,3%), meno in quelle degli italiani (-11,3%). Il **2021** merita un'analisi più approfondita, in quanto è stato **caratterizzato da diverse fasi**: blocco delle attività turistiche da gennaio a aprile; parziali riaperture da maggio a giugno; vera e propria ripartenza dell'attività turistica dal mese di luglio. In questa ultima fase, cioè da quando sono state allentate le restrizioni agli spostamenti, il recupero è stato veloce e le presenze turistiche in regione sono quasi tornate ai livelli pre-pandemici. Focalizzandoci solo sulla seconda parte dell'anno, infatti, tutte le province liguri si sono avvicinate molto ai livelli di presenze turistiche del 2019 e la provincia di La Spezia li ha superati del 2,3%.
- Gli imprenditori liguri, come emerso dalla nostra survey interna effettuata **a fine 2021**, nutrivano **prospettive positive sulla stagione 2022**, tanto che i nostri gestori avevano previsto un pieno recupero dei livelli di fatturato 2019.
- La **guerra russo-ucraina** sta creando nuove criticità, sia perché sta contribuendo all'aumento dei prezzi delle materie prime (creando incertezza nella definizione dei prezzi e incidendo negativamente sui margini delle imprese del settore) e sia perché sta disincentivando gli spostamenti di lungo raggio dei turisti (non solo russi), che erano previsti tornare nel 2022. Alcuni operatori del settore, in particolare, mostrano **preoccupazione per il caro carburante** dal momento che la Liguria viene raggiunta prevalentemente in auto dai propri turisti (75,7% degli italiani e 61,3% degli stranieri nel 2019 secondo L'Osservatorio turistico della regione Liguria). I rincari potrebbero incidere negativamente sui vacanzieri da week end nella stagione 2022. Non si prevedono particolari effetti negativi per i turisti che si fermano sul territorio una settimana e oltre. **C'è un clima di forte incertezza che coinvolge anche i gestori delle spiagge**: da un lato, la riforma legata alla direttiva Bolkestein prevede la scadenza delle concessioni nel 2023 (il che non stimola i concessionari attuali a fare investimenti), dall'altro, c'è il problema di capire se potranno aumentare il numero di lettini e ombrelloni dopo due anni di contingentamento. Sul territorio ligure, fatto più di piccole spiagge che di grandi distese sabbiose, le regole che hanno imposto un distanziamento che garantisse almeno 10 metri quadrati per ombrellone hanno avuto un impatto pesante, con una riduzione del 35% in media del numero delle postazioni in spiaggia.
- **Il peso del turismo russo in Liguria è lievemente superiore alla media italiana**: nel 2019 sono state quasi 230mila le presenze di turisti russi in regione, pari all'1,5% del totale (vs 1,3% come media italiana). I russi che scelgono la Liguria rappresentano il 3,9% delle presenze di turisti russi in Italia (Liguria al 9° posto nel ranking delle regioni italiane per presenze di turisti russi). Il picco di presenze turistiche russe in Liguria è stato toccato negli anni 2013-2014 (oltre 290mila). Gli anni successivi sono stati caratterizzati da un crollo, con un leggero recupero a partire dal 2016. La distribuzione delle presenze russe in Liguria evidenzia una predilezione di questi ultimi per le province di Genova e Imperia (in particolare è riconosciuto il legame storico di Sanremo con la Russia). Fermarsi ad una rilevazione numerica dell'importanza del turismo russo però non è sufficiente in quanto la capacità di spesa di alcuni turisti russi è in grado di incidere notevolmente sullo scontrino medio delle aree interessate dalla loro presenza. La mancanza di turisti russi dovuta alla guerra Russo-Ucraina, potrebbe dunque incidere. Tuttavia, occorre anche rilevare come già la crisi pandemica abbia fatto registrare una diminuzione di presenze straniere in Italia del -70% (2020 rispetto al 2019) ed in particolare le presenze di turisti russi sono diminuite dell'82,7%. Anche in Liguria si è osservata una forte riduzione: le presenze di turisti russi sono scese a poco più di 20 mila nel 2020 e poco più di 23 mila nel 2021, con un calo del 90% nel 2021 rispetto ai livelli del 2019.
- Il turismo ligure, anche in questo contesto, potrà far leva su alcuni indiscussi **punti di forza** come un **territorio** dalla bellezza unica: 32 Bandiere Blu (prima regione italiana per certificazioni), 15 Approdi turistici Bandiera Blu, 25 tra i 308 Borghi più belli d'Italia, 15 bandiere

Arancioni e 60mila ettari di Parchi (corrispondenti al 12% del territorio regionale), oltre ad uno straordinario patrimonio artistico e culturale. Il **clima** particolarmente mite permette di godere delle bellezze naturalistiche tutto l'anno. La presenza di enormi spazi verdi (come il Parco Regionale del Beigua, un'area naturale protetta che si estende per 39 mila ettari tra la città metropolitana di Genova e la provincia di Savona, riconosciuto nel 2015 come sito UNESCO e inserita nella prestigiosa lista dei Geoparchi Globali), oltre al mare, e il clima mite fanno della Liguria un luogo ideale per la pratica di numerosissime discipline sportive durante tutto l'anno. Lo **sport**, infatti, costituisce un importante driver per la destagionalizzazione delle presenze turistiche, ancora troppo concentrate nei mesi estivi.

- **Occorrerebbe** tuttavia, **valorizzare maggiormente l'entroterra** con **infrastrutture** (collegamenti stradali, ferroviari, ciclabili, oltre che alberghieri e di accoglienza) e migliorare la comunicazione relativa agli **eventi**, anche locali come sagre, fiere, spettacoli, mercatini, rievocazioni storiche per attrarre un numero maggiore di visitatori. Nell'ottica di creare ulteriori occasioni di richiamo per i turisti si potrebbe pensare ad una **maggiore connessione tra floricoltura e turismo**. In Liguria, infatti, è presente la celebre Riviera dei Fiori che ospita il distretto florovivaistico del ponente ligure. Alcuni eventi sono già presenti (da Euroflora a Sanremo in fiore), così come luoghi dove la natura si fonde con l'architettura (come i Giardini Botanici Hanbury di Ventimiglia, Villa Grock a Imperia e Villa Durazzo Pallavicini a Genova); non c'è nulla da inventare, occorrerebbe lavorare per valorizzare e promuovere maggiormente l'esistente. Completa il quadro la **filiera eno-gastronomica** che può rappresentare un ulteriore driver.
- Anche la **riqualificazione dell'offerta alberghiera** esistente in termini di servizi e di efficienza energetica porterebbe rilevanti benefici in termini economici (soprattutto in un contesto come quello attuale caratterizzato da prezzi elevati dell'energia) e di attrattività per turisti rispettosi del territorio e disposti a spendere di più per scegliere la **sostenibilità**.
- L'ingresso di nuove energie nelle imprese del settore turistico ligure potrebbe rappresentare un driver importante di cambiamento: in Liguria, la quota di alberghi con board composto completamente da soggetti di età maggiore di 65 anni è pari al 26% (una quota più alta rispetto alla media italiana, di poco inferiore al 20%). Ci si aspetta quindi un prossimo **ricambio generazionale** per un buon numero di imprese turistiche; occorrerà non farsi trovare impreparati organizzando periodi di affiancamento generazionale.
- L'inserimento di giovani in azienda potrà portare a significativi **passi avanti anche dal punto di vista digitale e tecnologico**. Negli ultimi anni l'e-commerce di viaggi ha vissuto un vero e proprio boom, soprattutto dalle applicazioni di telefonia mobile; inoltre il ruolo della rete risulta fondamentale nell'ispirazione e nella ricerca del viaggio. Ci sarà molto da lavorare in questo senso, dal momento che attualmente i canali di vendita e il marketing non sono tra i punti di forza della maggioranza delle imprese alberghiere liguri.
- Infrastrutture, sostenibilità, tecnologia potrebbero aumentare l'attrattività della regione anche per i **turisti stranieri**, che fino a prima della pandemia, incidevano ancora relativamente poco sul totale delle presenze turistiche. Le nazionalità più presenti in Liguria sono quelle tedesca, francese e svizzera, che da sole rappresentano il 43% delle presenze di turisti stranieri. Aggiungendo gli statunitensi (circa il 7% del totale turisti stranieri), si supera il 50%. Per attrarre turisti provenienti da aree molto lontane (americani, asiatici o arabi) si potrebbero concepire dei "Grand Tour" del Nord-Ovest interessando oltre alla Liguria anche Lombardia, Piemonte e Valle d'Aosta. Saranno fondamentali in questo senso la **formazione di personale** che sappia parlare più lingue (mandarino, arabo, ecc.), offerte web dedicate, contatti con tour operator locali, migliori collegamenti intermodali, rimborsi tasse più snelli e una promozione mirata ai target obiettivo. Gli studenti universitari possono aiutare, sia perché possono promuovere nei paesi d'origine il territorio ligure, sia perché potranno costituire un'ottima base di potenziali turisti di domani ad alto valore aggiunto. Il 10% circa degli studenti universitari in Liguria proviene dall'estero.

- Anche i **pensionati (sia italiani che stranieri)** potrebbero rappresentare un target interessante per la regione grazie alla maggiore possibilità di destagionalizzazione delle presenze e alla buona capacità di spesa. Per attirare questa clientela risultano molto importanti, oltre al clima, il costo della vita, le condizioni del mercato immobiliare, l'assistenza sanitaria, la fiscalità. Su questi temi c'è molto da fare, ma si potrebbe innescare un circolo virtuoso con nuova occupazione durante tutto l'anno. L'estensione anche alla Liguria della flat tax al 7% per coloro che decidono di trasferire la loro residenza da un paese estero (come avviene nei comuni con meno di 20.000 abitanti del Mezzogiorno o nei comuni colpiti dal sisma con meno di 3.000 abitanti) potrebbe rappresentare un'opportunità importante.
- Un ulteriore target da riconquistare, è rappresentato dal **settore crocieristico**: tre porti Liguri (Genova, Savona e La Spezia) si collocano tra i maggiori porti per traffico crocieristico nel Mediterraneo. Prima della pandemia, nel 2019, con ben nove porti crocieristici totali, la Liguria era la regione con la quota maggiore di traffico crocieristico a livello nazionale, con oltre 2,7 milioni di passeggeri movimentati. E' stata, inoltre, la regione che ha evidenziato la maggior crescita, circa 360 mila crocieristi in più rispetto al 2018.