

Anno 2015

CONTO SATELLITE DEL TURISMO PER L'ITALIA

■ In questa nota vengono presentati i risultati, riferiti all'anno 2015, della stima dei principali aggregati del Conto Satellite del Turismo (CST).

■ Il CST costituisce lo strumento, riconosciuto e raccomandato a livello internazionale, per la rappresentazione del settore turistico, in quanto integra in un quadro coerente informazioni sulla domanda e sull'offerta turistica. I dati presentati nelle tavole del CST permettono di valutare la dimensione economica complessiva dell'industria turistica in un contesto statistico armonizzato che integra le informazioni sul turismo derivanti da diverse fonti¹.

■ Nel 2015 il valore aggiunto prodotto in Italia dalle attività connesse al turismo è pari a 87.823 milioni di euro, ovvero il 6,0% del valore aggiunto totale dell'economia.

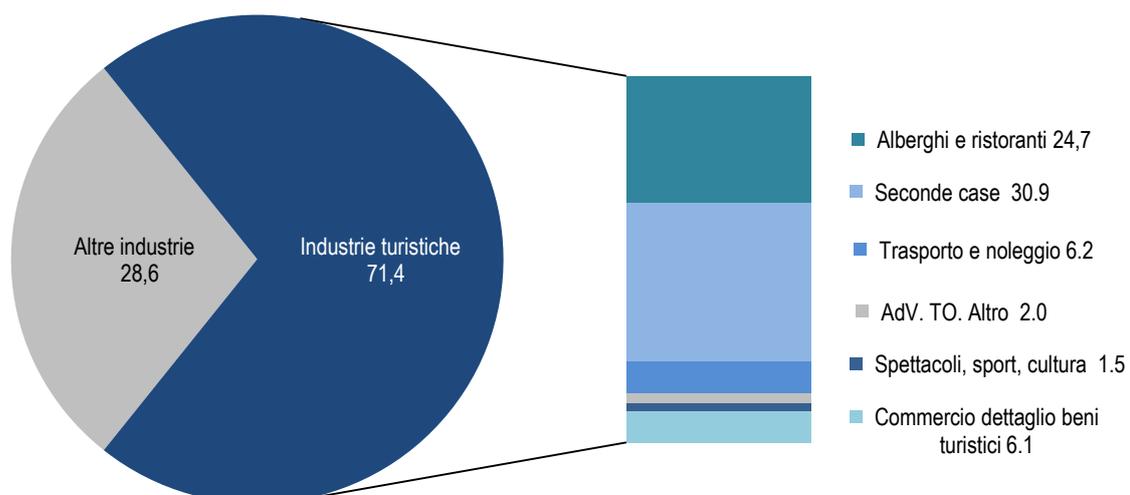
■ Il consumo turistico interno ammonta a 146.334 milioni di euro. La parte prevalente va attribuita ai turisti italiani, con il 43,9% del totale, mentre il turismo straniero rappresenta una quota pari al 32,9%. Le altre componenti del consumo turistico, tra le quali rientra l'utilizzo delle seconde case per vacanza, rappresentano il 23,2% della domanda turistica.

■ Il prodotto che ha un peso maggiore all'interno del consumo turistico interno è quello relativo agli esercizi ricettivi (20,8%), seguito dai servizi abitativi per l'uso delle seconde case di proprietà (15,0%) e dalla ristorazione (13,3%). Nel 2015 i turisti stranieri hanno speso più di 48 miliardi di euro in Italia, mentre gli italiani hanno speso circa 24 miliardi di euro in viaggi all'estero.

■ A questa nota seguirà nei primi mesi del prossimo anno il completamento dell'insieme di tavole previste per il CST.

FIGURA 1. VALORE AGGIUNTO DEL TURISMO (VAT) PER BRANCA DI ATTIVITÀ ECONOMICA.

Anno 2015, composizione percentuale



¹ I risultati presentati in questa nota sono coerenti con i conti economici nazionali in SEC2010 e, da questo punto di vista non sono immediatamente confrontabili con quelli del CST riferito al 2010, elaborati sulla base dei conti espressi in SEC95.

Le spese del turismo

Il turismo internazionale (Prospetto 1), detto anche turismo *inbound*, rappresenta una parte rilevante della domanda turistica in Italia e incide per il 32,9% sul totale della spesa interna per turismo (Prospetto 4). Nel 2015 i turisti stranieri hanno speso più di 48 miliardi di euro in Italia. Quasi il 50% di questo importo è stato destinato all'alloggio e alla ristorazione, mentre circa il 40% ha riguardato l'acquisto di prodotti non tipicamente turistici, inclusi quelli relativi allo shopping.

PROSPETTO 1. CONTO SATELLITE DEL TURISMO: SPESE DEL TURISMO INBOUND PER PRODOTTO E PER TIPOLOGIA DI VISITATORI. Anno 2015, milioni di euro

| PRODOTTI | Turisti (visitatori pernottanti) (1.1) | Escursionisti (visitatori non pernottanti) (1.2) | Visitatori (1.3) = (1.1) + (1.2) | Incidenza % |
|--|---|---|--|----------------|
| Prodotti turistici caratteristici | 27.941 | 892 | 28.833 | 59,9 |
| Servizi ricettivi per i visitatori | 1.880 | - | 14.880 | 30,9 |
| <i>a Servizi ricettivi diversi dal punto b</i> | 13.051 | - | 13.051 | 27,1 |
| <i>b Servizi ricettivi relativi all'uso di seconde case di proprietà</i> | 1.829 | - | 1.829 | 3,8 |
| Servizi di ristorazione | 8.118 | 311 | 8.429 | 17,5 |
| Servizi di trasporto ferroviario passeggeri | 358 | 13 | 370 | 0,8 |
| Servizi di trasporto su strada passeggeri | 585 | 98 | 683 | 1,4 |
| Servizi di trasporto marittimo per vie d'acqua passeggeri | 230 | 83 | 314 | 0,7 |
| Servizi di trasporto aereo passeggeri | 1.296 | 336 | 1.632 | 3,4 |
| Servizi di noleggio mezzi | 370 | 9 | 379 | 0,8 |
| Servizi delle agenzie di viaggio e altri servizi di prenotazione | 298 | - | 298 | 0,6 |
| Servizi culturali | 326 | 8 | 334 | 0,7 |
| Servizi sportivi e ricreativi | 1.480 | 35 | 1.514 | 3,1 |
| Shopping | 5.821 | 1.296 | 7.117 | 14,8 |
| Altro | 11.053 | 1.145 | 12.198 | 25,3 |
| TOTALE | 44.815 | 3.334 | 48.148 | 100,0 |

Il turismo domestico (Prospetto 2), con i circa 64 miliardi di spesa del 2015, ricopre un ruolo di primo piano in Italia e rappresenta il 57,2% della spesa interna turistica (Prospetto 4). Anche per gli italiani la spesa maggiore è quella per l'alloggio e la ristorazione (37,7%), ma l'incidenza del solo servizio ricettivo è inferiore di quasi 10 punti percentuali rispetto a quanto rilevato per il turismo *inbound*.

Anche le spese di trasporto assorbono una quota importante (14,9%) e tra le varie modalità di trasporto quello aereo è il più rilevante (6,1%)². Nel complesso il 12,3% della spesa domestica per turismo è sostenuta dagli escursionisti, ovvero coloro che effettuano un viaggio senza pernottamento; all'interno di questa componente le quote più consistenti di spesa riguardano lo shopping e le spese varie che insieme raggiungono il 67,2%.

² In questa voce sono comprese le spese sostenute dagli italiani per viaggi all'estero laddove venga utilizzato il vettore italiano.

PROSPETTO 2. CONTO SATELLITE DEL TURISMO: SPESE DEL TURISMO DOMESTICO PER PRODOTTO E TIPOLOGIA DI VISITATORI. Anno 2015, milioni di euro

| PRODOTTI | Turisti (visitatori pernottanti) (2.1) | Escursionisti (visitatori non pernottanti) (2.2) | Visitatori (2.3)=(2.1)+(2.2) | Incidenza % |
|--|---|---|---------------------------------|--------------|
| Prodotti turistici caratteristici | 35.607 | 2.582 | 38.190 | 59,5 |
| Servizi ricettivi per i visitatori | 14.134 | - | 14.134 | 22,0 |
| <i>a Servizi ricettivi diversi dal punto b</i> | 11.166 | - | 11.166 | 17,4 |
| <i>b Servizi ricettivi relativi all'uso di seconde case di proprietà</i> | 2.967 | - | 2.967 | 4,6 |
| Servizi di ristorazione | 8.420 | 1.696 | 10.116 | 15,7 |
| Servizi di trasporto ferroviario passeggeri | 1.401 | 54 | 1.455 | 2,3 |
| Servizi di trasporto su strada passeggeri | 1.794 | 227 | 2.021 | 3,1 |
| Servizi di trasporto marittimo per vie d'acqua passeggeri | 1.852 | 12 | 1.864 | 2,9 |
| Servizi di trasporto aereo passeggeri | 3.905 | 5 | 3.910 | 6,1 |
| Servizi di noleggio mezzi | 276 | 15 | 291 | 0,5 |
| Servizi delle agenzie di viaggio e altri servizi di prenotazione | 2.477 | 499 | 2.976 | 4,6 |
| Servizi culturali | 244 | 13 | 257 | 0,4 |
| Servizi sportivi e ricreativi | 1.105 | 61 | 1.166 | 1,8 |
| Shopping | 7.852 | 2.780 | 10.632 | 16,6 |
| Altro | 12.892 | 2.516 | 15.408 | 24,0 |
| TOTALE | 56.351 | 7.879 | 64.230 | 100,0 |

Nel 2015 circa 24 miliardi di euro sono stati spesi per viaggi all'estero dagli italiani, detto anche turismo *outbound* (Prospetto 3). Il 92,1% di questo importo è stato sostenuto per viaggi con pernottamento, la cui spesa è principalmente destinata (77,6%) ai prodotti tipicamente turistici, in particolare l'alloggio (43,7%), la ristorazione (19,8%) e lo shopping (10,2%). Gli italiani che viaggiano oltre confine senza pernottare lo fanno prevalentemente per motivi commerciali e si muovono utilizzando in misura preponderante veicoli stradali.

Considerando il totale della spesa degli italiani, sia in Italia che all'estero, nel 2015 sono stati spesi per vacanze quasi 88 miliardi di euro.

PROSPETTO 3. CONTO SATELLITE DEL TURISMO: SPESE DEL TURISMO OUTBOUND PER PRODOTTO E PER TIPOLOGIA DI VISITATORI. Anno 2015, milioni di euro

| PRODOTTI | Turisti (visitatori pernottanti) (3.1) | Escursionisti (visitatori non pernottanti) (3.2) | Visitatori (3.3) = (3.1) + (3.2) | Incidenza % |
|--|--|---|--|----------------|
| Prodotti turistici caratteristici | 17.006 | 175 | 17.180 | 72,2 |
| Servizi ricettivi per i visitatori | 9.581 | - | 9.581 | 40,3 |
| <i>a Servizi ricettivi diversi dal punto b</i> | 8.073 | - | 8.073 | 33,9 |
| <i>b Servizi ricettivi relativi all'uso di seconde case di proprietà</i> | 1.508 | - | 1.508 | 6,3 |
| Servizi di ristorazione | 4.332 | 161 | 4.493 | 18,9 |
| Servizi di trasporto ferroviario passeggeri | 63 | 2 | 65 | 0,3 |
| Servizi di trasporto su strada passeggeri | 74 | 9 | 84 | 0,4 |
| Servizi di trasporto marittimo per vie d'acqua passeggeri | 62 | 0 | 62 | 0,3 |
| Servizi di trasporto aereo passeggeri | 1.262 | 2 | 1.263 | 5,3 |
| Servizi di noleggio mezzi | 243 | - | 243 | 1,0 |
| Servizi delle agenzie di viaggio e altri servizi di prenotazione | 201 | - | 201 | 0,8 |
| Servizi culturali | 215 | - | 215 | 0,9 |
| Servizi sportivi e ricreativi | 973 | - | 973 | 4,1 |
| Shopping | 2.245 | 795 | 3.040 | 12,8 |
| Altro | 2.661 | 904 | 3.565 | 15,0 |
| TOTALE | 21.911 | 1.874 | 23.785 | 100,0 |

Sommando la spesa degli stranieri (Prospetto 1) a quanto speso dagli italiani in Italia (Prospetto 2) si giunge ad un totale di circa 112 miliardi di euro (Prospetto 4).

A questo ammontare, nelle regole seguite per la compilazione del CST, occorre, però, aggiungere anche quanto speso non direttamente dai turisti ma che si riferisce a viaggi per affari, servizi resi dall'utilizzo per vacanza delle seconde case di proprietà, consumi turistici collettivi sostenuti dalle amministrazioni pubbliche. Considerando anche queste componenti, si giunge a un totale del consumo turistico interno pari, nel 2015, a più di 146 miliardi di euro. La spesa per consumi turistici concorre per il 76,8% (32,9% quella *inbound* e 43,9% quella *domestica*), mentre il restante 23,2% è costituito, come appena osservato, da *consumi* che vengono sostenuti dalle aziende per i viaggi d'affari dei loro dipendenti, da servizi abitativi figurativi e da servizi forniti gratuitamente.

Il prodotto che ha il peso maggiore nell'ambito del consumo turistico interno è quello relativo agli esercizi ricettivi (20,8%), seguito dai servizi abitativi, effettivi e figurativi, per l'uso delle seconde case di proprietà (15,0%) e dalla ristorazione (13,3%).

PROSPETTO 4. CONTO SATELLITE DEL TURISMO: CONSUMO TURISTICO INTERNO PER PRODOTTO.
 Anno 2015, milioni di euro

| PRODOTTI | Spesa interna per turismo | | | Altre componenti del consumo turistico (4.2) | Consumo turistico interno (4.3) = (4.1) + (4.2) | Incidenza % |
|--|---------------------------------|-----------------------------------|---|--|---|--------------|
| | Spese del turismo inbound (1.3) | Spese del turismo domestico (2.3) | Spesa interna per turismo (4.1) = (1.3) + (2.3) | | | |
| Prodotti turistici caratteristici | 28.833 | 38.190 | 67.023 | 33.440 | 100.463 | 68,7 |
| Servizi ricettivi per i visitatori | 14.880 | 14.134 | 29.013 | 23.446 | 52.460 | 35,8 |
| <i>a Servizi ricettivi diversi dal punto b</i> | <i>13.051</i> | <i>11.166</i> | <i>24.217</i> | <i>6.266</i> | <i>30.483</i> | <i>20,8</i> |
| <i>b Servizi ricettivi relativi all'uso di seconde case di proprietà</i> | <i>1.829</i> | <i>2.967</i> | <i>4.796</i> | <i>17.181</i> | <i>21.977</i> | <i>15,0</i> |
| Servizi di ristorazione | 8.429 | 10.116 | 18.545 | 925 | 19.470 | 13,3 |
| Servizi di trasporto ferroviario passeggeri | 370 | 1.455 | 1.825 | 417 | 2.242 | 1,5 |
| Servizi di trasporto su strada passeggeri | 683 | 2.021 | 2.704 | 205 | 2.909 | 2,0 |
| Servizi di trasporto marittimo per vie d'acqua passeggeri | 314 | 1.864 | 2.178 | - | 2.178 | 1,5 |
| Servizi di trasporto aereo passeggeri | 1.632 | 3.910 | 5.542 | 4.591 | 10.133 | 6,9 |
| Servizi di noleggio mezzi | 379 | 291 | 670 | 341 | 1.011 | 0,7 |
| Servizi delle agenzie di viaggio e altri servizi di prenotazione | 298 | 2.976 | 3.274 | 2.058 | 5.332 | 3,6 |
| Servizi culturali | 334 | 257 | 591 | 766 | 1.357 | 0,9 |
| Servizi sportivi e ricreativi | 1.514 | 1.166 | 2.680 | 691 | 3.371 | 2,3 |
| Shopping | 7.117 | 10.632 | 17.749 | 515 | 18.265 | 12,5 |
| Altro | 12.198 | 15.408 | 27.607 | - | 27.607 | 18,9 |
| TOTALE | 48.148 | 64.230 | 112.379 | 33.956 | 146.334 | 100,0 |

L'offerta di prodotti turistici

Dal lato dell'offerta le componenti considerate riguardano principalmente la produzione interna ed il valore aggiunto, entrambi valutati ai prezzi base, per branca di attività.

Nel 2015 la produzione interna di beni e servizi dell'Italia è stata pari a 3.124 miliardi di euro³. Il 10,4% di questo ammontare (pari a 326,265 milioni di euro) è stato prodotto dalle industrie italiane caratteristiche del turismo (Tavola 5 dell'allegato). Il valore aggiunto dell'industria turistica (VATI)⁴ è costituito dal valore aggiunto generato dalle branche definibili come turistiche ma la cui produzione non è completamente imputabile al turismo. Tale aggregato nel 2015 è stato pari a circa 190 miliardi di euro, con un'incidenza sul totale dell'economia del 12,8%. Le branche turistiche più rilevanti sono quelle dell'alloggio, della ristorazione e del commercio al dettaglio, e rappresentano l'8,5% del VATI totale.

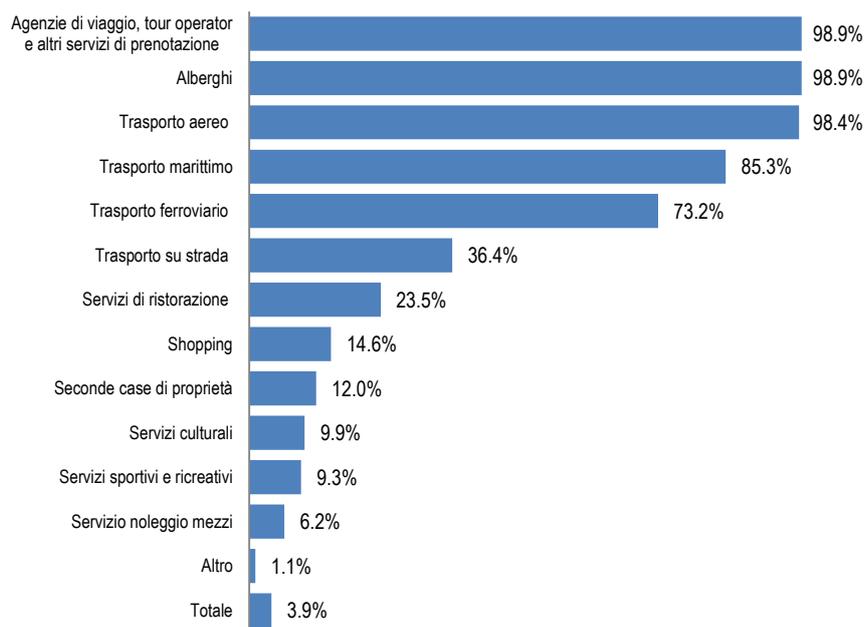
Uno degli obiettivi principali del CST è quello di mettere in relazione la domanda turistica con l'offerta in termini monetari e conseguentemente di determinare l'impatto del turismo sull'economia di riferimento. Nel 2015 in Italia il 3,9% dell'offerta totale dell'economia è stata impiegata per soddisfare la domanda turistica (Tavola 6 dell'allegato).

³ Questo valore è calcolato passando alla valutazione netta cioè riassegnando il valore dei servizi che compongono il pacchetto turistico alle varie tipologie di prodotti turistici acquistati.

⁴ Il VATI è uno degli indicatori chiave del CST e si ottiene come somma del valore aggiunto delle 11 industrie caratteristiche individuate per l'Italia.

L'analisi per tipologia di prodotto (Figura 2) evidenzia coefficienti turistici (intesi come quota di produzione destinata alla domanda turistica) particolarmente elevati nel caso dei prodotti più caratteristici del turismo, quali i servizi ricettivi e i servizi delle agenzie di viaggio e dei tour operator (98,9 %), il trasporto aereo (98,4). Il coefficiente è molto elevato anche per il trasporto marittimo e quello ferroviario (rispettivamente 85,3 e 73,2%) mentre è decisamente più contenuto per il trasporto su strada, con un valore del 36,4%. Nel caso dei servizi di ristorazione la quota di produzione destinata alla domanda turistica è del 23,5%, anche per quelli del commercio al minuto (shopping) pur se più contenuta risulta comunque significativa (14,6%).

FIGURA 2. COEFFICIENTE TURISTICO* PER PRODOTTO. Anno 2015, valori percentuali



* Il coefficiente turistico per prodotto rappresenta la quota di produzione destinata alla domanda turistica

Dalla sintesi tra domanda e offerta turistica si determina l'indicatore più importante derivabile dal CST: il valore aggiunto del turismo (VAT). Esso corrisponde al valore aggiunto attivato direttamente dai consumi turistici; rapportandolo al valore aggiunto del totale dell'economia si ottiene il peso del turismo sull'insieme delle attività economiche del Paese. Nel 2015 il valore aggiunto determinato dal turismo è stato di 87.823 milioni di euro, pari a quasi il 6% del valore aggiunto dell'Italia (Tavola 6 dell'allegato).

Le attività economiche che hanno maggiormente contribuito a questo risultato sono quelle caratteristiche del turismo (Figura 1), in particolare il settore dell'alloggio e dei ristoranti e pubblici esercizi genera il 24,7% del valore aggiunto del turismo e l'utilizzo della casa di proprietà per motivi turistici che in Italia rappresenta la soluzione di alloggio più consolidata, con il 30,9%. Il restante viene ripartito principalmente tra le attività del trasporto (6,2%), del commercio al dettaglio di beni caratteristici del Paese (6,1% per shopping) e delle altre attività non specifiche del turismo (28,6%).

Nel complesso la compilazione del CST permette di valutare che le attività connesse al turismo pesano per il 6,0% del totale del valore aggiunto nazionale.

Nota metodologica

Il CST per l'Italia è costruito⁵ sulla base del Quadro Metodologico Raccomandato (QMR 2008) dalla Commissione europea (Eurostat), dall'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE) e dall'Organizzazione mondiale del turismo (OMT).

A differenza di altre industrie, quella turistica trae le sue caratteristiche strutturali e la sua dimensione dalle dinamiche quantitative e qualitative della domanda che la attiva. Da questo punto di vista, il settore del turismo si definisce sulla base delle attività dei visitatori e, in particolare, dell'acquisto di beni e servizi a cui tali attività danno luogo.

I flussi turistici generati dal movimento dei visitatori – siano essi turisti o escursionisti – si distinguono in tre tipologie di flusso: *incoming* (o *inbound*) quando provengono da un Paese diverso da quello di riferimento; *outgoing* (o *outbound*) se riguardano i visitatori residenti del Paese di riferimento che si recano all'estero; *domestici*, cioè relativi al movimento turistico dei visitatori residenti all'interno del Paese di riferimento.

Combinando queste tre componenti di flusso si giunge a due diverse definizioni aggregate di turismo: turismo interno (turismo inbound + turismo domestico) e turismo nazionale (turismo domestico + turismo outbound).

Dal punto di vista dei prodotti vengono considerati *caratteristici* del turismo quei beni e servizi che in assenza di visitatori tenderebbero a scomparire o il cui consumo verrebbe ridotto significativamente. In analogia, le attività economiche sono identificate come caratteristiche quando il loro output principale è rappresentato da beni e servizi *caratteristici* del turismo.

Lo schema di aggregazione utilizzato nel CST per l'Italia, tanto per i prodotti che per le attività, coincide con quello suggerito dal QMR per le prime dieci categorie. Nel CST italiano è stato possibile individuare solamente una undicesima categoria di prodotto che consiste negli acquisti di beni effettuati dai turisti, definita come shopping. Tutta la rimanente spesa è collocata nella voce *altro* (in particolare il carburante e servizi vari). Sul lato delle attività produttive, invece, oltre alle dieci categorie principali è stata individuata quella del commercio al dettaglio di beni, specifici e non specifici. Tutti i rimanenti settori economici, riuniti nelle *altre industrie*, completano il sistema economico italiano.

L'attuale conto satellite del turismo per l'Italia è stato compilato con riferimento al 2015, anno per il quale è disponibile la maggior parte delle fonti. In particolare, oltre alla fonte principale dei conti nazionali, le informazioni sono state ricavate rielaborando i dati provenienti dalla rilevazione mensile dell'Istat sul *Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi (Istat Offerta)*, dall'indagine campionaria trimestrale dell'Istat *Viaggi e vacanze (Istat Domanda)* e dall'indagine campionaria mensile condotta dalla Banca d'Italia, denominata *Indagine sul turismo internazionale dell'Italia*.

Attraverso le informazioni organizzate nel CST si riescono a valutare gli effetti direttamente attivati dal consumo turistico sull'economia di riferimento, vale a dire quanta ricchezza interna viene originata dalla domanda di beni e servizi da parte dei visitatori. Questa misura, rappresentando l'effetto diretto del turismo, è il risultato principale che si ottiene con il CST.

L'output standard del CST definito nel QMR prevede la compilazione di dieci tavole. In questa nota si presentano le prime sei tavole, che, descrivendo la domanda e l'offerta turistica, rappresentano il nucleo principale del CST.

⁵ L'attuazione del progetto è stata demandata ad un Gruppo di lavoro inter istituzionale, di cui fanno parte membri dell'ISTAT- che svolge anche il ruolo di coordinatore tecnico del progetto – Banca d'Italia, Ciset. Il Gruppo di lavoro è costituito da: Sandra Maresca, Mascia Di Torrice, Barbara Dattilo, Stefania Massari, Ilaria Piscitelli, Maria Teresa Santoro, Carmela Squarcio per l'ISTAT; Andrea Alivernini e Andrea Carbone per la Banca d'Italia e Mara Manente per il Ciset.

Le prime quattro tavole del CST presentano le spese turistiche, suddivise per le tipologie di turismo che le generano: il turismo inbound nella Tavola 1; quello domestico nella Tavola 2; quello outbound nella Tavola 3; quello interno nella Tavola 4. La Tavola 5 presenta la produzione in Italia delle branche caratteristiche del turismo, di quelle connesse e di quelle non specifiche. I dati complessivi della Tavola 4, riferiti al consumo turistico, e della Tavola 5, contenente l'offerta turistica, confluiscono nella Tavola 6 dove viene determinato il valore aggiunto del turismo (VAT).

Nella Tavola 6, che rappresenta il nucleo del CST, viene operato il confronto tra il totale della produzione e il consumo interno turistico, dopo aver aggiunto alla produzione domestica le componenti di importazioni, imposte indirette al netto dei contributi e i margini di distribuzione. Dal rapporto tra consumo turistico e produzione totale, entrambi articolati per prodotto, è possibile determinare il coefficiente turistico per ciascuna tipologia di prodotto.

Per poter calcolare il valore aggiunto del turismo è necessario stimare la componente turistica della produzione di branca utilizzando i suddetti coefficienti turistici definiti per prodotto. I costi intermedi turistici vengono stimati applicando l'incidenza turistica della produzione di branca all'insieme dei costi intermedi della branca stessa. Per differenza tra produzione e costi intermedi turistici si calcola il valore aggiunto turistico per ciascun settore economico.

Con la compilazione delle sei tavole qui definite si riesce a valutare la portata del turismo in Italia attraverso un insieme di indicatori tra loro complementari: la spesa interna del turismo; il consumo interno del turismo; il valore aggiunto delle industrie turistiche; il valore aggiunto lordo diretto del turismo e il prodotto interno lordo diretto del turismo.