

# CAPITOLO I

## SCENARIO DI RIFERIMENTO E ANDAMENTO 2002

### 1.1 IL CONTESTO INTERNAZIONALE

#### 1.1.1 I dati generali

La lettura delle statistiche del turismo internazionale nel 2002 deve necessariamente essere messa in relazione con l'“onda lunga” associata ai tragici fatti del settembre 2001.

Questi hanno infatti arrestato un *trend* di crescita che, nel corso degli anni 90, aveva comportato aumenti medi annui dei flussi di arrivi internazionali intorno al 5%, facendo del settore dei viaggi e delle vacanze la prima “industria” al mondo per fatturato e ricaduta sociale e occupazionale.

Ciò nonostante, secondo i dati preliminari diffusi in alcuni recenti seminari, già al termine del 2002 si è tornati a sperimentare un sensibile incremento dei flussi di turismo internazionale.

L'Organizzazione Mondiale del Turismo (W.T.O.) stima, infatti, che lo scorso anno gli arrivi turistici internazionali per la prima volta hanno superato la quota di 700 milioni (sono stati circa 715 milioni con una crescita annua del 3,3%), riassorbendo dunque completamente la perdita del 2001 quando, per la prima volta dal 1982, vi era stata una diminuzione (a 692 milioni dai 697 dell'anno precedente, -0,6%) (vedi tav. 1.1).

È importante evidenziare che il 2001 faceva seguito ad un anno che aveva registrato risultati eccezionalmente positivi per il turismo internazionale, segnando un incremento di ben 45 milioni di arrivi rispetto all'anno precedente (quasi il 7% in più).

Senza tale picco la performance del 2001 sarebbe stata, probabilmente, in linea con il trend medio degli ultimi 10 anni.



Tav. 1.1

Arrivi turistici internazionali 1991-2002		
Anno	ARRIVI (IN MILIONI)	VARIAZIONE ANNUA (%)
1991	463	1,8
1992	503	8,6
1993	520	3,4
1994	541	4,0
1995	550	1,7
1996	586	6,5
1997	610	4,1
1998	629	3,1
1999	652	3,7
2000	697	6,9
2001	692	-0,6
2002	715	3,3

Fonte: World Tourism Organization

Occorre inoltre sottolineare che, se il risultato del 2001 è stato influenzato in larga parte dagli eventi dell'11 settembre, anche altri fattori hanno contribuito a determinare il relativo rallentamento del settore turistico internazionale.

La riduzione dei flussi da paesi quali la Germania e gli Stati Uniti, possono essere ragionevolmente associabili anche alla stagnazione delle rispettive economie.

Analogha considerazione vale per il Giappone, la cui debolezza economica aveva determinato ripercussioni, sul piano del movimento turistico "outgoing", anche precedentemente al 2001 e non solo nei vicini paesi Asiatici.

In generale nei mesi successivi agli eventi tragici dell'11 settembre, vi è stata una sensibile modifica nei comportamenti di viaggio, con un rilevante numero di turisti che ha optato per mete vicine al paese d'origine, familiari, e, soprattutto, accessibili, utilizzando mezzi di trasporto alternativi all'aereo, percepito *poco sicuro*.

Il risultato è stato un rimescolamento delle destinazioni, più che una scelta di non viaggiare. Tale modifica dei comportamenti di viaggio, su scala planetaria, ha comunque comportato alcuni macro-effetti, che si sono manifestati con più evidenza nel caso degli Stati Uniti, che risulta il principale "serbatoio" della domanda internazionale e la seconda meta turistica al mondo dopo la Francia.



Dai dati forniti dal W.T.O. emerge che in questo Paese, nella prima metà del 2002, i flussi di turismo outgoing sono scesi sino al -12%, per poi riprendersi successivamente e assestarsi, secondo stime previsionali, a un -2% alla fine dell'anno.

I flussi "incoming", che erano invece scesi del 12,6% nel 2001, hanno conservato tale trend negativo anche nel 2002. Per quanto riguarda il turismo in uscita, il Governo Americano pare comunque convinto di un ritorno di flussi paragonabili o anche superiori a quelli riportati nel 2000 già a partire dal 2004, mentre più caute appaiono le prospettive per il turismo incoming.

Appare evidente come uno dei principali mercati turistici al mondo – soprattutto per quanto riguarda i viaggi "long haul" con utilizzo di vettori aerei – la modifica degli itinerari di viaggio ha comunque determinato situazioni fortemente disomogenee negli altri principali mercati del turismo internazionale. Tali situazioni sono analizzate nelle sezioni che seguono.

## **1.2 IL TURISMO INCOMING A LIVELLO INTERNAZIONALE**

Se il turismo nord-americano ha pesantemente risentito degli effetti degli attentati terroristici, altrove si hanno situazioni discordanti.

Ad esempio nella vicina zona Caraibica gli effetti si presentano più attenuati e, soprattutto, contraddistinti da un più veloce ritorno alle posizioni pre 11 settembre.

Secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo, in tale area i risultati del 2002 dovrebbero già presentare una lieve crescita rispetto al 2001, soprattutto per le destinazioni continentali del Centro America.

Sul versante opposto del pianeta, nel 2002 i flussi turistici verso la Cina hanno invece proseguito nella forte crescita degli ultimi anni (+10% rispetto al 2001) e significativi aumenti si sono registrati anche verso le altre destinazioni del Sud-Est (Hong Kong, Thailandia, Vietnam) ed Est Asiatico (Giappone).

Fortemente penalizzati risultano al contrario le destinazioni del Nord Africa e del Medio Oriente, dove massimo è il rischio percepito.

Allo stesso modo, in Europa, la situazione del turismo incoming risulta differente da zona a zona.



Nel 2002 in media, il centro-nord Europa è stato più penalizzato sotto il profilo degli arrivi internazionali, con diminuzione pari o superiori al 2% in Germania, Francia, Svizzera e Paesi Scandinavi, mentre altre sub-regioni hanno mostrato crescite, talvolta anche rilevanti.

È questo il caso soprattutto di alcune “nuove” destinazioni nell’ambito o in prossimità del Mediterraneo (Turchia, Croazia, Bulgaria).

Complessivamente nel “vecchio continente” gli arrivi turistici internazionali sono comunque scesi dello 0,7% nel 2001 e dovrebbero diminuire, seppure più lievemente, anche nel 2002 (circa -0,2 o -0,3%).

Tale riduzione non viene tuttavia attribuita a una minore propensione al viaggio, quanto piuttosto a una scelta più orientata verso mete all’interno del paese di origine – anche se tendenzialmente lontano dalle grandi capitali – e associata a un maggiore uso di treno e automobile.

Rimane una certa riluttanza verso l’aereo, anche se tale tendenza è contrastata, sul piano del marketing, dalla crescente diffusione dei vettori “*low cost*”, accompagnata dalla propensione a organizzare il viaggio autonomamente e con prenotazioni dirette.

Tutto ciò determina ovviamente un impatto sul sistema turistico locale.

È evidente difatti che tale cambiamento nei comportamenti di viaggio, se non modifica i flussi totali in arrivo in una certa destinazione, determina comunque ripercussioni importanti sul complessivo sistema di offerta.

Relativamente meno coinvolti sono gli operatori della ricettività – anche se si è assistito ad un certo orientamento delle scelte verso soluzioni extralberghiere e “alternative”- mentre altri “attori”, in particolar modo linee aeree e intermediari turistici, hanno visto restringersi e/o ridefinire i rispettivi ambiti di azione, con un accrescimento delle dinamiche competitive.

Le tabelle che seguono riassumono il quadro degli arrivi turistici internazionali e dei rispettivi introiti per macro-aree (tav. 1.2 e tav. 1.3), seguiti dalla classificazione di tali arrivi e introiti per Paese (tav. 1.4 e tav. 1.5).

Tav. 1.2

Arrivi turistici internazionali (in milioni)					
Area	Arrivi			Quota di mercato	
	2000	2001	Var. %	2000	2001
Africa	27,2	28,4	4,4%	3,9%	4,1%
America	128,5	120,8	-6,0%	18,4%	17,4%
Est Asia e Pacifico	109,2	115,2	5,5%	15,7%	116,6%
Europa	402,5	399,7	-0,7%	57,8%	57,7%
Medio Oriente	23,2	22,7	-2,2%	3,3%	3,3%
Sud Asia	6,1	5,8	-4,9%	0,9%	0,8%
<b>Mondo</b>	<b>696,7</b>	<b>692,6</b>	<b>-0,6%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: World Tourism Organization, "Tourism Highlights" 2002

Tav. 1.3

Introiti da turismo internazionale (in miliardi di \$)					
Area	Introiti			Quota di mercato	
	2000	2001	Var. %	2000	2001
Africa	10,8	11,7	8,3%	1,6%	1,7%
America	132,8	122,5	-7,8%	19,1%	17,7%
Est Asia e Pacifico	82	82,2	0,2%	11,8%	11,9%
Europa	234,5	230,4	-1,7%	33,7%	33,3%
Medio Oriente	12,2	11,8	-3,3%	1,8%	1,7%
Sud Asia	4,7	5	6,4%	0,7%	0,7%
<b>Mondo</b>	<b>477</b>	<b>463,6</b>	<b>-2,8%</b>	<b>68,0%</b>	<b>67,0%</b>

Fonte: World Tourism Organization, "Tourism Highlights" 2002



Tav. 1.4

Arrivi turistici nelle principali destinazioni (in milioni)					
Classifica	Paese	Arrivi			Quota di mercato 2001
		2000	2001	Var. %	
1	Francia	75,6	76,5	1,2%	11,0%
2	Spagna	47,9	49,5	3,3%	7,1%
3	USA	50,9	45,5	-10,6%	6,6%
4	Italia	41,2	39,1	-5,1%	5,6%
5	Cina	31,2	33,2	6,4%	4,8%
6	Gran Bretagna	25,2	22,8	-9,5%	3,3%
7	Federazione Russa	21,2	n.d.	n.d.	n.d.
8	Messico	20,6	19,8	-3,9%	2,9%
9	Canada	19,7	19,7	0,0%	2,8%
10	Austria	18	18,2	1,1%	2,6%
11	Germania	19	17,9	-5,8%	2,6%
12	Ungheria	15,6	15,3	-1,9%	2,2%
13	Polonia	17,4	15	-13,8%	2,2%
14	Hong Kong	13,1	13,7	4,6%	2,0%
15	Grecia	13,1	n.d.	n.d.	n.d.

Fonte: World Tourism Organization, "Tourism Highlights" 2002

Tav. 1.5

Introiti da turismo internaz. nelle principali destinazioni (in mil. di \$)					
Classifica	Paese	Arrivi			Quota di mercato 2001
		2000	2001	Var. %	
1	USA	82	72,3	-11,8%	1,6%
2	Spagna	31,8	32,9	4,4%	7,1%
3	Francia	30,8	30	-2,6%	6,5%
4	Italia	27,5	25,8	-6,2%	5,6%
5	Cina	16,2	17,8	9,9%	3,8%
6	Germania	18,5	17,2	-7,0%	3,7%
7	Gran Bretagna	19,5	16,3	-16,4%	3,5%
8	Canada	10,7	10,8	0,9%	2,3%
9	Austria	9,9	10,1	2,0%	2,2%
10	Grecia	9,2	n.d.	n.d.	n.d.
11	Turchia	7,6	8,9	17,1%	1,9%
12	Messico	8,3	8,4	1,2%	1,8%
13	Hong Kong	7,9	8,2	3,8%	1,8%
14	Australia	8,5	7,6	-10,6%	1,6%
15	Svizzera	7,5	7,6	1,3%	1,6%

Fonte: World Tourism Organization, "Tourism Highlights" 2002

### 1.3 IL TURISMO OUTGOING A LIVELLO INTERNAZIONALE

Sul fronte del turismo outgoing si è visto come le stime dell'Organizzazione Mondiale del Turismo abbiamo evidenziato un parziale recupero dei tassi di crescita pre-11 settembre già nel 2002.

Tale tendenza, guerre permettendo, dovrebbe confermarsi e rafforzarsi complessivamente nel 2003, per poi migliorare ancora (+3-4%) nel 2004.

Se uno scetticismo permane per i flussi originati da paesi tradizionalmente protagonisti del turismo outgoing, come USA, Germania e Giappone, la tendenza all'aumento dovrebbe tuttavia essere sostenuta dai mercati emergenti quali Gran Bretagna, Paesi Bassi e Austria.

Per quanto riguarda l'Est Europa, nel 2002, vi sono state notevoli crescite dei flussi outgoing da Ungheria e Slovacchia (intorno al 5,1% nei primi otto mesi dell'anno rispetto allo stesso periodo del 2001).

In Asia vengono invece segnalati in forte aumento i turisti internazionali dalla Corea (+16% nel 2002 rispetto al 2001) e dalla Cina, il paese che maggiormente ha contribuito alla crescita del turismo internazionale negli ultimi anni.

Inoltre dall'India e, in prospettiva, anche dall'Australia, dopo la debole crescita del 2002, dovrebbero tornare a registrarsi aumenti annui del 6-7% già dal biennio in corso 2003/4.

Le seguenti tabelle riassumono il quadro del turismo internazionale outgoing con riferimento alle macro-aree di origine (tav. 1.6) e alla classifica della spesa per i principali Paesi (tav. 1.7).



Tav. 1.6

Area	Flussi turistici internazionali per macro-aree di origine											
	Partenze			Quote di mercato			Tassi di crescita			Crescita media annua		
	1990	1995	2000	2001	1990	1995	2001	1999/2000	2001/2000	1990-2000	1995-2000	
Africa	11,4	12,6	15,3	15,8	16,3	2,5%	2,5%	3,3%	3,2%	4,3%	5,1%	
America	99,4	108,1	122	130,7	123,9	22,0%	22,0%	7,1%	-5,2%	3,1%	4,2%	
Est Asia e Pacifico	56,1	84,3	98,4	110,1	112,9	12,0%	12,0%	11,9%	2,5%	9,6%	6,1%	
Europa	265,3	319,6	382,8	404,4	402,8	58,0%	58,0%	5,6%	-0,4%	5,2%	5,3%	
Sud Asia	7,7	8,7	11,3	12,4	12,3	1,7%	1,7%	9,7%	-0,8%	6,1%	8,5%	
Origine non specificata	4	5	6,9	7,8	7,9	1,0%	1,0%	13,0%	1,3%	9,5%	11,2%	
Mondo	13,4	13,4	15,7	15,5	16,4	3,0%	3,0%	-1,3%	5,8%	1,6%	3,1%	
Stessa area	457,3	551,7	652,4	696,7	692,5	100,0%	100,0%	6,8%	-0,6%	5,2%	5,3%	
Area diversa	362,2	438,6	513,1	564,4	549,9	79,2%	79,2%	10,0%	-2,6%	5,6%	5,7%	
	81,7	99,8	123,6	134,9	126,2	17,9%	17,9%	9,1%	-6,4%	6,5%	7,0%	

Fonte: World Tourism Organization, "Tourism Highlights" 2002



Tav. 1.7

Spesa turistica internazionale per Paese d'origine (in miliardi di \$)				
Paese	Spesa turistica			Quota di mercato 2001
	2000	2001	Variazioni %	
USA	64,5	58,9	-8,7%	12,7%
Germania	47,6	46,2	-2,7%	10,0%
Gran Bretagna	36,3	36,5	0,6%	7,9%
Giappone	31,9	26,5	-16,9%	5,7%
Francia	17,8	17,7	-0,6%	3,8%
Italia	15,7	14,2	-9,6%	3,1%
Cina	13,1	n.d.	n.d.	n.d.
Hong Kong	12,5	12,5	0,0%	2,7%
Olanda	12,2	12	-1,6%	2,6%
Canada	12,1	11,6	-4,1%	2,5%
Belgio	9,4	9,8	4,3%	2,1%
Austria	8,5	8,9	4,7%	1,9%
Corea del Sud	6,2	6,9	11,3%	1,5%
Svezia	8	6,8	-15,0%	1,5%
Svizzera	6,2	6,6	6,5%	1,4%

Fonte: World Tourism Organization, "Tourism Highlights" 2002

#### 1.4 LE TENDENZE QUALITATIVE

Se differenti si presentano i flussi nei loro andamenti per origine e destinazione, omogenee appaiono alcune tendenze comportamentali a livello internazionale.

Gli esperti di turismo internazionale, riunitisi in un forum a Pisa tra il 6 e il 9 novembre 2002, hanno in particolare sollecitato una attenzione verso i seguenti fenomeni, diffusi un po' ovunque:

- Crescente attenzione ai temi della sicurezza;
- Vacanze più brevi e più frequenti, ma meno "short-breaks" nelle grandi capitali;
- Spostamento della domanda verso destinazioni conosciute e sperimentate all'interno del paese di origine;
- Spostamento del trasporto aereo a quello terrestre (su strada e su ferro) e, parallelamente, un incremento della domanda per le tariffe aeree a basso costo;
- Tendenza a ritardare le prenotazioni, con crescita del fenomeno dei "last minute"
- L'incremento degli acquisti via internet;



- ❑ Domanda crescente per pacchetti turistici più personalizzati, a scapito dei tradizionali “all inclusive”;
- ❑ Interesse per le vacanze che propongono “esperienze” sotto il profilo culturale e ambientale, piuttosto che semplici destinazioni o prodotti, ma diminuzioni delle vacanze-avventura.

Al momento non è chiaro se tutte le tendenze identificate siano temporanee e dovute agli avvenimenti terroristici e/o alla recessione in alcuni dei principali paesi o se, invece, rappresentino parte di un processo di radicale mutamento nella struttura generale della domanda turistica dai mercati maturi.

Taluni di esse, soprattutto quelle riferite alle aspettative della vacanza e alle modalità di acquisto, si presentano tuttavia in linea con le tendenze osservate nel corso degli ultimi anni ed è perciò probabile che rappresentino situazioni strutturali piuttosto che fenomeni transitori.

## 1.5 LA SITUAZIONE ITALIANA

Alla luce dello scenario evidenziato a livello internazionale, l’andamento della domanda turistica in Italia nel 2002 e le previsioni formulate da alcuni istituti di ricerca per il 2003 confermano alcune delle tendenze qualitative “globali”. Tra queste, le più evidenti appaiono:

- ❑ la crescita del turismo domestico a scapito del turismo straniero;
- ❑ la propensione a scegliere destinazioni alternative alle grandi città d’arte;
- ❑ la cessione di quote di mercato relative dalle sistemazioni alberghiere a quelle complementari.

Il primo fenomeno è evidente se si esaminano i dati forniti da Confturismo, in relazione alle presenze alberghiere nei primi 9 mesi del 2002 rispetto allo stesso periodo del 2001.

Complessivamente il totale delle presenze è rimasto pressoché invariato (-0.1), ma tale dato contiene in sé due fenomeni contrapposti: la crescita del turismo domestico (+0.6%) e la riduzione di quello straniero (-1,0%) (tav. 1.8).

Scendendo al dettaglio della componente straniera e ricordando che l’Italia resta ancora la quarta destinazione al mondo per arrivi turistici internazionali dopo la Francia, Spagna e Stati Uniti, la situazione si presenta abbastanza eterogenea.

Tav. 1.8

Presenze italiane e straniere negli alberghi italiani, gennaio-settembre 2002									
Mesi/periodo	Italiani			Stranieri			Totale		
	2001	2002	Var. %	2001	2002	Var. %	2001	2002	Var. %
Gennaio	7563	7374	-2,5%	4247	4201	-1,1%	11810	11575	-0,2%
Febbraio	7363	7320	-0,6%	5532	5598	1,2%	12895	12918	0,2%
Marzo	7864	8640	9,9%	6217	6906	11,1%	14081	15546	10,4%
Aprile	8702	8404	-3,4%	8649	7697	-11,0%	17351	16101	-7,2%
Maggio	8435	8242	-2,3%	10301	11153	8,3%	18736	19395	3,50%
Giugno	15299	15398	0,6%	12495	12382	-0,9%	27794	27780	-0,1%
Luglio	21103	21379	1,3%	13503	12874	-4,7%	34606	34253	-1,0%
Agosto	28537	28773	0,8%	11714	11502	-1,8%	40251	40275	0,1%
Settembre	13591	13594	0,0%	12427	11929	-4,0%	26018	25523	-1,9%
<b>Gen/Mag</b>	<b>39927</b>	<b>39980</b>	<b>0,1%</b>	<b>34946</b>	<b>35555</b>	<b>1,7%</b>	<b>74873</b>	<b>75535</b>	<b>0,9%</b>
<b>Giu/Set</b>	<b>78530</b>	<b>79144</b>	<b>0,8%</b>	<b>50139</b>	<b>48687</b>	<b>-2,9%</b>	<b>128669</b>	<b>127831</b>	<b>-0,7%</b>
<b>Gen/Set</b>	<b>118457</b>	<b>119124</b>	<b>0,6%</b>	<b>85085</b>	<b>84242</b>	<b>-1,0%</b>	<b>203542</b>	<b>203366</b>	<b>-0,1%</b>

Fonte: Confturismo, Preconsuntivo 2002

Vi è stata difatti una marcata riduzione di presenze alberghiere dal Nord America (sia USA che Canada, con una punta del -17,9% per il secondo paese) e del Giappone (-5,8%).

Diminuzione dei flussi incoming alberghieri vi è stata inoltre dalla Gran Bretagna (-6,5%), Germania (-5,8%) e Francia (-3,7%), mentre incrementi anche sensibili si sono registrati da Austria (+7,8) e Svizzera (+6,0%).

In termini percentuali e assoluti la riduzione ha interessato il periodo estivo, tra giugno e agosto, le presenze straniere si sono complessivamente ridotte del 2,5%, a fronte di un incremento dello 0,9% di quelle italiane (per un risultato complessivo pari a -0,3% nei tre mesi considerati) (tav. 1.9).

Anche la perdita delle città d'arte rispetto ad altre tipologie di località si evidenzia, con forza, dai dati forniti da Confturismo.

Come si evince dalla tav. 1.10, nei primi mesi del 2002 le presenze alberghiere in tali località si sono ridotte di oltre il 3%, mentre hanno sostanzialmente tenuto le località balneari (-1,1%) e una forte crescita si è avuta in quelle lacuali e termali (con valori compresi tra l'11% e il 14%).

L'effetto di tali fenomeni sulle entrate valutarie è stato nel complesso ovviamente negativo.



Tav. 1.9

Presenze alberghiere straniere in Italia per nazionalità giugno-agosto 2002					
Paese	Giugno	Luglio	Agosto	Tot. Giu-Ago	Var. %
Germania	4308	3257	3407	10972	-5,8%
Gran Bretagna	1398	957	952	3307	-6,5%
Francia	1034	844	977	2855	-3,7%
Austria	915	900	789	2604	7,8%
Svizzera	628	1040	566	2234	6,0%
Belgio	253	643	354	1250	1,1%
USA	1100	954	652	2706	-8,0%
Canada	84	99	79	262	-17,9%
Giappone	200	275	277	752	-5,8%
Altri	2452	3635	3448	9535	1,0%
<b>Totale</b>	<b>12372</b>	<b>12604</b>	<b>11501</b>	<b>36477</b>	<b>-2,5%</b>

Fonte: Confturismo

Tav. 1.10

Presenze alberghiere italiane e straniere negli alberghi italiani giugno-agosto 2002						
Tipologia di località	2002			Variazioni %		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
Mare	48318	21323	69641	-1,4%	-0,5%	-1,1%
Arte	21451	26163	47614	-2,4%	-4,0%	-3,3%
Monti	20409	10821	31230	1,1%	-1,9%	0,0%
Terme	8741	4247	12988	24,1%	-2,1%	14,1%
Affari	3841	1443	5284	-0,2%	-0,5%	-0,3%
Laghi	2770	8316	11086	-1,4%	16,4%	11,4%
<b>Totale</b>	<b>105530</b>	<b>72313</b>	<b>177843</b>	<b>0,6%</b>	<b>-0,5%</b>	<b>0,2%</b>

Fonte: Confturismo

Secondo i dati forniti dall'ENIT, da gennaio a settembre il volume dei ricavi valutari del turismo estero in Italia è stato pari a 23.097 milioni di euro, con una flessione del 4,8% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Se si limita l'analisi al periodo luglio-settembre i ricavi dovuti ai turisti esteri risultavano tuttavia in aumento del 2,8%, contro una flessione del 18,6% nel primo trimestre e del 6,6% nel secondo trimestre.



Un trend in crescita, dunque, che spinge l'Ente a prevedere, al termine del 2002, una chiusura in pareggio rispetto al 2001, quando si registrò un saldo di 28.961 milioni di euro.

Il risultato estivo (presenze straniere in calo, ma bilancia dei pagamenti in crescita) induce a domandarsi che ruolo possa aver giocato, a tale proposito, la leva "prezzo" e se, anche nel settore alberghiero, l'effetto "euro" abbia contribuito a riorientare le scelte della domanda finale.

In ogni caso il positivo dato valutario del secondo e terzo trimestre, confrontato con quello negativo delle presenze alberghiere, può essere messo in connessione con la crescita dei pernottamenti in strutture "alternative" (campeggi e villaggi, ma anche bed & breakfast e agriturismo).

Un trend in questo senso è stato evidenziato dalla indagine congiunturale del Ciset condotta nel novembre 2002 e basata sulle aspettative degli operatori del settore.

Tale indagine indica, infatti, nell'agriturismo e nel "turismo verde" le tipologie di turismo che saranno contraddistinte dai tassi di crescita più rilevanti tra novembre e aprile 2003, anche se una netta ripresa viene segnalata per le città d'arte e, in misura minore, per quelle d'affari.

La stessa indagine si dimostra peraltro ottimistica circa le prospettive del turismo in Italia nell'immediato futuro. Secondo gli intervistati, tra novembre 2002 e aprile 2003 la domanda turistica italiana dovrebbe crescere sensibilmente rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (rispettivamente +1,7% arrivi e +1,1% pernottamenti) e anche quella straniera dovrebbe riprendere una certa vitalità, anche se su livelli più contenuti (+0,1% di presenze e arrivi).

Con riferimento ai bacini di origine, l'indagine indica che dovrebbe proseguire la diminuzione di turisti Americani, sebbene con tassi più lievi rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

In leggero aumento sono invece previsti i turisti Inglesi e Giapponesi, stabili i Francesi e in leggera flessione i tedeschi.

Per taluni mercati viene infine stimata una forte crescita, è il caso in Europa di Russia, Spagna e Scandinavia e, in Asia, di Cina e Corea.



## 1.6 EFFETTO 11 SETTEMBRE

Il rapporto sul turismo in Sicilia che di seguito presentiamo ha interessato il biennio 2000-2001, periodo epocale per ciò che è successo nel mondo; i fatti tragici americani hanno caratterizzato, e mutato il pensiero e il sentire comune degli uomini e delle donne che vivono nel pianeta terra.

È trascorso più di un anno dal sabotaggio dell'11 settembre; un lasso di tempo sufficiente per analizzare le conseguenze provocate dall'attentato alle Torri Gemelle all'intero comparto turistico.

Ciò che è accaduto a New York è stato così atroce, crudele, la dimensione così allargata, che si tratta di uno degli eventi nella storia che non aumenta né diminuisce nelle nostre percezioni con il passare del tempo, ma resta dentro come un amaro ricordo.

Avvertiamo adesso una molto più chiara comprensione dell'impatto che quel giorno ha avuto sulle nostre vite, sui nostri timori, sui nostri affari e sul nostro modo di fare vacanza.

Una cosa da ricordare è però che il 10 settembre le principali economie erano già stagnanti. Era stato avvertito un sensibile rallentamento negli Stati Uniti che aveva prodotto un effetto a catena in Europa. La Germania, la più potente economia in Europa, attraversava un periodo di stallo, se non proprio di regressione; la Gran Bretagna sperimentava tempi un po' più incerti, in Giappone l'economia navigava in gravi difficoltà già da diversi anni.

Lo shock dell'attacco alle twin towers, quindi, e l'imprevedibilità dei suoi effetti nel tempo hanno determinato danni irreversibili a molte aziende operanti nel settore: in primo luogo compagnie aeree, poi tour operators e piccole e medie imprese, che per prime risentono dei contraccolpi originati dalle crisi totalitarie.

Ad ogni replica televisiva di quelle terribili immagini abbiamo visto aerei di linea utilizzati come armi di distruzioni di massa.

È difficile concepire figurazioni e disastri più dannosi per l'industria turistica.

Le immediate ripercussioni furono prevedibili: una devastante inondazione di cancellazioni e richieste di rimborso, un calo sulle prenotazioni.

Secondo un'indagine pubblicata dalla IATA (International Air Traffic Association), l'associazione che riunisce 280 tra i principali vettori aerei internazionali, il 2001 non potrà più essere considerato l'anno peggiore in tutta la storia dell'aviazione civile; a giudicare dal numero di passeggeri la maglia nera spetta al 2002, e fino a tutto il 2003 gli analisti parlano di una domanda debole (e il rilancio sarà soprattutto a possibilità di "recupero strutturale").

Le cifre indicano che il dissesto è globale ed è costato sinora oltre 230 mila posti di lavoro, e se si osservano i risultati d'esercizio delle compagnie in base alle rotte di percorrenza, è chiaro che più ci si avvicina all'America, più i dati sono negativi e non suscettibili di subitanei rialzi.

Nelle settimane immediatamente successive agli attentati, il traffico aereo negli Stati Uniti ha subito un crollo prossimo all'80%, facendo chiudere i bilanci delle compagnie con perdite complessive pari a 18 miliardi di dollari.

L'improvvisa crisi di liquidità ha superato di larga misura il margine offerto dalle linee di credito con le banche ed esposto anche i vettori di grandi dimensioni al rischio concreto di dover cessare da un giorno all'altro le operazioni, e solo uno stanziamento governativo di cinque miliardi di dollari ha evitato l'irreparabile.

A diversi mesi di distanza da quella terribile data le stime indicano che il traffico passeggeri è tornato a valori prossimi al 95% di quello registrato prima dell'11 settembre, mentre i posti messi a disposizione sono solo il 90%. La riduzione dei voli, decisa per ottimizzare la capacità di carico degli aerei, insieme ad un'aggressiva politica di tagli su tutti i costi operativi, a cominciare da quello del lavoro, avrebbe dovuto tradursi in un aumento della redditività, ma i dati diffusi dalla IATA indicano il contrario: il fatturato per passeggero per chilometro, l'unità di misura utilizzata nel settore, è in flessione del 7,5%.

Due compagnie minori, Midway Airlines e Vanguard, sono finite in bancarotta e a tutti i passeggeri che avevano acquistato il biglietto hanno offerto tante scuse ma nessuna possibilità di rimborso.

Lo scorso anno Us Airways si è rivolta al tribunale per ottenere protezione dai creditori ed è entrata in regime di amministrazione controllata. Una scelta cui potrebbe essere costretta anche United Airlines, il secondo vettore negli Stati Uniti, a meno di non ottenere in tempi brevi un finanziamento garantito dal governo federale.



Neppure American Airlines, la più grande compagnia aerea del mondo, che ha dato il ben servito ad altri 7mila dipendenti, esclude a priori il ricorso all'amministrazione controllata.

La paura di volare, secondo gli analisti, non spiega sino in fondo quello che sta accadendo in uno dei sistemi simbolo della modernità: le stragi messe a segno con il dirottamento di quattro aerei passeggeri hanno colpito un settore industriale già particolarmente fragile e sofferente, hanno innescato un effetto domino che ha messo a nudo gravi problemi strutturali.

Il trasporto aereo, ben prima di dover fare i conti con il terrorismo, si era guadagnato fama di essere il business peggio gestito in America.

Nonostante tagli, ristrutturazioni e contributi straordinari, i bilanci delle compagnie americane si avviano verso perdite totali che facilmente supereranno i cinque miliardi di dollari.

Le compagnie attribuiscono il deludente risultato agli aumentati costi per la sicurezza, ma gran parte di queste spese sono state assunte in carico dal governo federale, e molti punti rimangono da spiegare.

I dipendenti hanno accettato spesso riduzioni salariali tra l'8% e il 10%, turni più lunghi e riposi ridotti, nonché cambiamenti di mansioni: personale di volo, ad esempio, che svolge operazioni di biglietteria.

Il management, al contrario, continua a dividersi premi che non trovano alcuna giustificazione nei risultati di gestione, comportamento che non piace agli investitori e che ha contribuito a spingere in ribasso le quotazioni delle compagnie a Wall Street.

L'enfasi sulla sicurezza, poi, ha mostrato la corda quando in data 26 agosto la FAA, l'organo di controllo dell'aviazione americana, ha affibbiato una multa da 1,5 milioni di dollari a United Airlines, che aveva ripetutamente omesso essenziali controlli di routine sui motori.

Le più banali regole di mercato, di fronte ad una diminuzione del numero dei passeggeri, suggerirebbero maggiore attenzione alla clientela, soprattutto quando i controlli in aeroporto già mettono a dura prova la pazienza dei viaggiatori. Tutti i sondaggi indipendenti indicano che il livello di soddisfazione ha raggiunto i minimi storici.



Nel tentativo di risparmiare sino all'ultimo centesimo le grandi compagnie hanno deciso di applicare norme vessatorie sui biglietti a tariffa ridotta, che in molti casi non possono essere più utilizzati nel caso capiti di perdere il volo o non fanno guadagnare punti per i programmi fedeltà.

La politica delle tariffe è stata definita bizantina e schizofrenica: il vettore leader su una determinata rotta di solito prova ad aumentare i prezzi ma, se le altre compagnie non si adeguano, fa scendere il prezzo al di sotto di quello della concorrenza.

Un biglietto di andata e ritorno che non comprenda una sosta nella giornata del sabato può costare cinque volte la tariffa ordinaria.

Le aziende che si occupano di traffico aereo sono affamate di moneta ma, con l'economia che arranca, i consumatori americani sono sempre meno disposti a fare la parte degli sciocchi.

Viaggiano più spesso in auto e per gli spostamenti più lunghi guardano con maggiore attenzione alle compagnie a basso costo, che offrono ormai livelli di servizio paragonabili, se non superiori, a quelli di grande nome.

La crisi ha risparmiato due società che, grazie a una gestione efficiente e tariffe trasparenti, presenterà bilanci in utile: Jet Blue e American Best.

Quando si sono affacciate sul mercato, con una flotta e un numero di rotte da contarsi sulle dita di una mano, sembravano non avere speranza in un settore abituato ad accordi e fusioni in grande scala.

Invece dimostrando coraggio, desiderio di riscatto e adottando adeguate e argute politiche di marketing, sono riuscite a manifestare che anche dopo l'11 Settembre si può "spiccare il volo".

Anche in Italia si avverte una forte crisi e i dati affermano che il recupero è ancora lontano.

A fare il punto sul turismo made in Italy, ad oltre un anno dall'attentato terroristico alle Torri Gemelle, è stata l'UNAI, l'Unione Nazionale degli Alberghi Italiani aderente a Confindustria. Secondo l'Ente, nel corso del 2002, la contrazione del fatturato ha fatto segnare mediamente un -12,9%. A risentire maggiormente del calo di presenze straniere che ha colpito il nostro Paese sono state le città d'arte.



Flessioni registrate a Pasqua e che sono perdurate in estate, hanno colpito principalmente i centri di maggiore attrazione: Roma, Venezia, Firenze, Verona, Bologna, contrazioni che sono state comunque superate in parte durante le festività natalizie, periodo nel quale è stato rilevato un buon aumento del turismo straniero rispetto al Natale 2001.

I dati sembrano far dimenticare il declino subito dopo gli eventi dell'11 Settembre. Viene rimarcata una decisa espansione della domanda italiana, a conferma di una crescente riscoperta delle vacanze casalinghe e di quelle fuori porta.

Sostanzialmente stabili o in leggera diminuzione, invece, i viaggi dei nostri connazionali all'estero, che sposteranno comunque il loro interesse verso mete domestiche o a breve-medio raggio.

A lunga distanza dagli attentati terroristici a New York, il clima generale pare improntato ad un globale ottimismo, nonostante la ripresa si inserisca in uno scenario economico incerto: è ancora l'effetto "sicurezza percepita" ad influenzare in maniera significativa le decisioni di viaggio. In particolare, le nuove minacce di possibili attentati negli Stati Uniti, il conflitto in atto tra angloamericani ed iracheni, il persistente timore di utilizzo dei mezzi aerei per attacchi terroristici tendono a penalizzare i viaggi intercontinentali e i flussi sulle lunghe percorrenze, mentre, sembrano aprire ottime prospettive per il turismo intraeuropeo.

Ma il continente americano, così come tutti gli altri Stati attrattori di flussi, non resta fermo a guardare: sono state progettate, ad esempio, duplicazioni di famose attrazioni: il Parco Seréngenti a Disney World in Florida e di Venezia all'Hotel Venetian a Las Vegas e di quest'ultimo una seconda copia sta per essere annunciata a Macao.

A Dubai c'è scarsità di spiaggia di fronte ai principali alberghi, così si stanno costruendo due isole artificiali, le più grandi mai costruite.

Ognuna ha 60 Km di coste, 40 hotel boutiques, un parco a tema, due marine ed un centinaio di ville di lusso fronte mare. Le isole sono sagomate come alberi di palma, dove i tronchi sono le strade verso la terra ferma e le foglie le penisole sulle quali gli edifici saranno costruiti. Il Progetto difatti si chiama The Palm Project ossia il Progetto Palma.

Le navi da crociera contengono casinò, musei, teatri, discoteche, mini club, internet café, ristoranti di classe, forniscono ogni tipo di servizio e di svago e sem-

---

brano più assomigliare a complessi attrezzati e super lussuosi della terra ferma, piuttosto che offrire una genuina esperienza marittima.

In America sono state inoltre progettate imponenti operazioni di marketing che hanno coinvolto alleanze e collaborazioni inimmaginabili in precedenza.

Non c'è nulla come un crack per promuovere la cooperazione. Nei Caraibi, i Paesi CARICOM hanno organizzato una massiccia campagna pubblicitaria televisiva che è stata coordinata da un neonato consiglio di amministrazione, al 60% proveniente dal settore privato e per il rimanente 40% da quello pubblico.

Gli Stati Uniti si sono autopromossi come realtà unica piuttosto che come pluralità di Stati; India e Mauritius si sono unite al fine di incentivare pacchetti turistici bilaterali; le nazioni del Centro America si sono accordate per utilizzare un marchio comune; ci sono intenzioni in Nuova Zelanda, Australia e Fiji per lavorare insieme su una campagna promozionale legata alla regione.

Nessuno dimentica, infatti, che l'industria turistica ha un'enorme capacità di recupero: nonostante tutto, negli ultimi cinquant'anni il turismo internazionale non ha sperimentato un solo anno di significativa contrazione.

Poche industrie possono rispondere ad un disastro con tale prontezza. Nel mondo si sono verificati terremoti, inondazioni, conflitti, crisi economiche e terrorismo, ma l'impresa dei viaggi ha mostrato sempre la sua abilità ad adattarsi e rigenerarsi molto rapidamente.



**Tav. 1.11 OMT "Tourism 2020 vision":**

Previsioni del turismo 2020 in entrata mondiale per macro-area. Arrivi turistici internazionali per macro-aree di destinazione (milioni)						
Area	Anno base '95	Previsioni		Tasso crescita medio annuale (%) 1995-2020	Quote di mercato	
		2010	2020		1995	2020
Mondo	565,4	1,006	1,561	4,1	100	100
Africa	20,2	47	77,3	5,5	3,6	5
Americhe	108,9	190,4	282,3	3,9	19,3	18,1
Asia Orientale e Pacifico	81,4	195,2	397,2	6,5	14,4	25,4
Europa	338,4	527,3	717	3,0	59,8	45,9
Medio Oriente	12,4	35,9	68,5	7,1	2,2	4,4
Asia meridionale	4,2	10,6	18,8	6,2	0,7	1,2
Nello stesso continente (a)	464,1	790,9	1,183	3,8	82,1	75,8
Lungo raggio (b)	101,3	215,5	377,9	5,4	17,9	24,2

Note: (a) arrivi dove il paese d'origine non è specificato; (b) eccetto viaggi internazionali