

# Turismo, spesa pro capite in aumento del 16% sui valori pre pandemia

## I 30 anni di Federturismo

**Orsini (Confindustria):**  
«L'Italia è il primo Paese  
al mondo per siti Unesco»

**Enrico Netti**

«Giovani, innovazione e sostenibilità». Queste le tre priorità che Marina Lalli, presidente di Federturismo, ha evidenziato durante il suo intervento in occasione della celebrazione dei trent'anni della federazione perché «vanno superate le divisioni del territorio, messe in comune esperienze positive e valorizzate le diversità. Il turismo non è una risorsa economica solo per gli addetti ai lavori e il primo obiettivo quindi è superare steccati e divisioni». Subito dopo la presidente avanza una richiesta: «Le imprese del turismo vanno aiutate a fare rete per sostenere la concorrenza e per fare sinergia tra di loro. L'innovazione è la scommessa su cui si gioca il rilancio».

Un rilancio che passa anche per la martoriata terra dell'Emilia-Romagna. «Vorrei cominciare mandando un pensiero di solidarietà e vicinanza ai miei coregionali colpiti dall'alluvione. È una terra di visionari, una terra di imprenditori. L'Emilia Romagna si rialzerà» dice Emanuele Orsini, vicepresidente di Confindustria, prima di ricordare i dati del Csc. «L'Italia, secondo le analisi del Centro Studi Confindustria, è il primo paese al mondo per siti Unesco, il primo paese in Europa per quota di esercizi ricettivi, il sesto al mondo per entrate turistiche. È inoltre tra i paesi al mondo con la più elevata quota di turisti stranieri e con la maggiore apertura verso aree geografiche più distanti. Il peso del settore sul Pil, diretto e indiretto, è stimato nel 13%». Con un effetto volano sulle altre filiere. «Ogni euro di aumento della doman-

da nel comparto del turismo l'effetto generato sul resto dell'economia è di quasi 60 centesimi. Di questi, quasi 20 si realizzano nell'industria, circa 35 nei servizi e poco meno di 5 nell'agricoltura». Per quanto riguarda l'occupazione Orsini aggiunge che per ogni tre posti in più creati nel turismo si stima che se ne generi uno in più nell'industria.

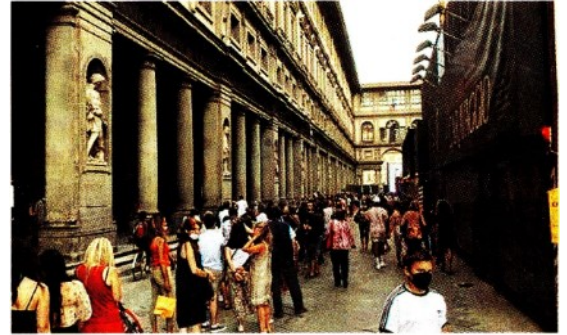
Lo stato di salute del comparto è buono e nel 2022 si è visto un +5% sui valori del 2019. A dirlo una ricerca di Banca Ifis che evidenzia gli oltre 255 milioni di arrivi turistici in Italia stimati per il 2022, compresi 90 milioni di escursionisti e 57 milioni di ospiti presso parenti e amici, mentre si sono registrate oltre 352 milioni di esperienze. «Lo studio mostra i nuovi trend di questa industria e le opportunità che essa rappresenta per l'Italia», spiega Ernesto Fürstenberg Fassio, Presidente di Banca Ifis.

Il tempo di permanenza e numero esperienze sono le determinanti che hanno portato a un incremento a doppia cifra della spesa pro capite, anche al netto dell'inflazione, pari al 16% sui valori pre-pandemia. La durata del viaggio è passata da 4,4 notti del 2019 a 5,1 per il 2022.

È essenziale la capacità di offrire ai turisti un prodotto esperienziale, segmento che vale 170 miliardi che diventano a livello di sistema Paese 265. Si creano così nuove opportunità sia per la vendita di altri prodotti e servizi mentre tra selfie e social gli ospiti stranieri aiutano a diffondere il made in Italy con l'artigianato, la manifattura e l'agroalimentare. Il brand made in Italy ne esce così rafforzato e traina l'export. Le grandezze influenzate dall'esperienza turistica valgono ben 7 posizioni nel ranking mondiale: se l'Italia su queste dimensioni perdesse il suo vantaggio scivolerebbe dal nono al sedicesimo posto nella classifica mondiale del soft power si legge nella ricerca di Banca Ifis.

enrico.netti@ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA



In aumento. In crescita la spesa per musei (nella foto la Galleria degli Uffizi a Firenze)

