



Dati e tendenze del turismo culturale in Italia

25 novembre 2009

Matteo Montebelli

Responsabile area ricerche e pubblicazioni Centro Studi TCI

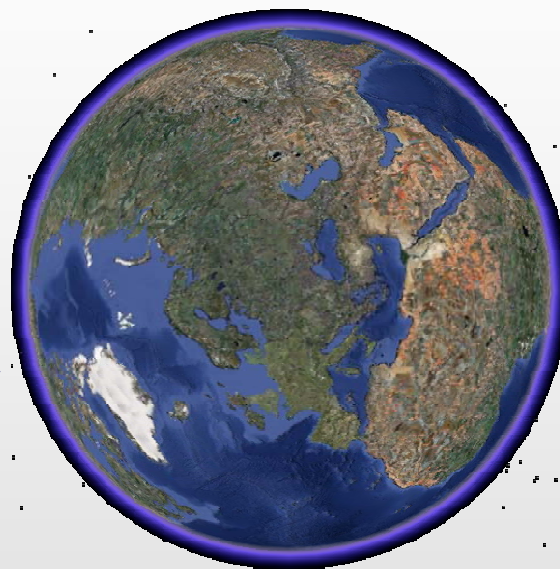
matteo.montebelli@touringclub.it



Come sta andando il turismo?

Mondo

- **Crescita media annua del 7%** degli arrivi internazionali tra il 2004 e il 2007
- **Nel 2008** gli arrivi sono aumentati "solo" dell'**1,9%** sul 2007, raggiungendo quota **922 milioni**
- **Buono il primo semestre** dell'anno 2008 (+5%), **negativo il secondo** (-1%)
- **La crisi economica e finanziaria** ha influenzato negativamente anche buona parte del 2009 con un **-7% degli arrivi internazionali** (gen-ago)
- **Le previsioni per la fine del 2009** indicano una **diminuzione degli arrivi di circa il 5%** (-8% se si considera la spesa turistica)

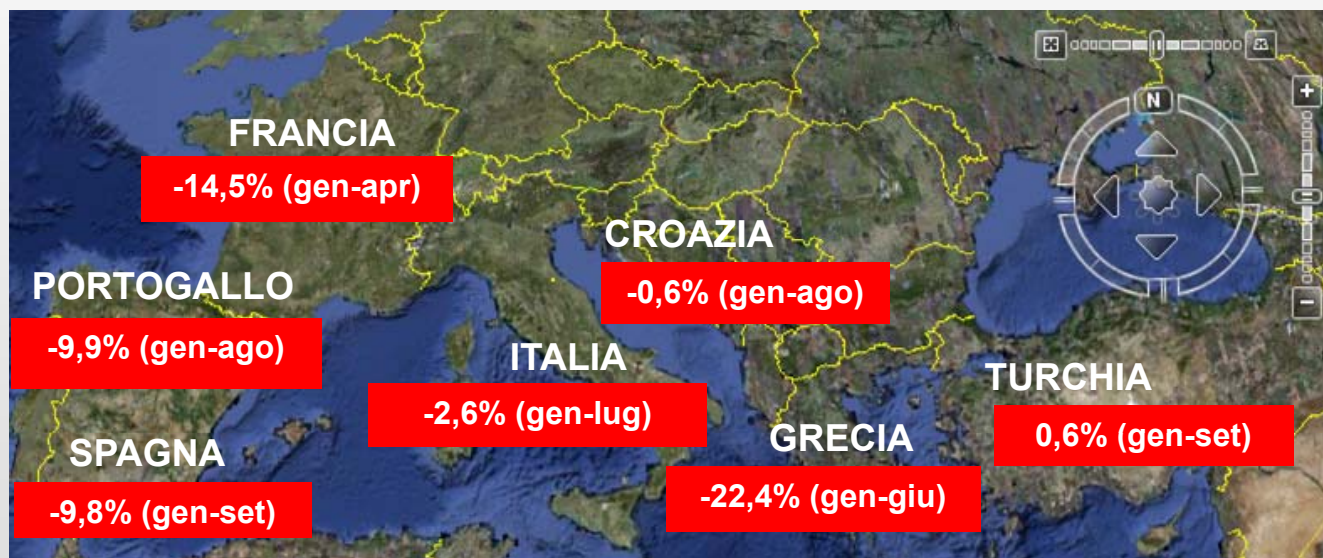




Come sta andando il turismo?

L'Italia e alcuni competitor

- Si assiste a un decremento generalizzato degli arrivi internazionali in Italia e nei principali Paesi diretti concorrenti



Fonte: UNWTO, *World Tourism Barometer*, n. 3/2009

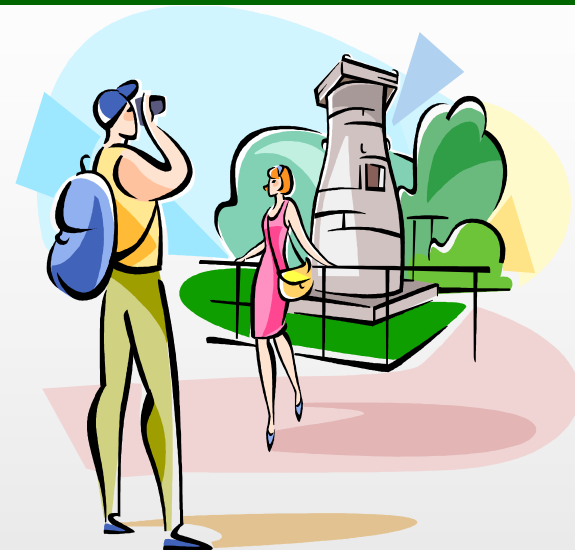


Il turismo culturale

Perché è importante per l'Italia? (1/2)

1. L'Italia rappresenta un giacimento culturale molto rilevante

- **44 siti Unesco**
- **3.800 Musei**
- **1.800 Aree Archeologiche**



2. È presente un interesse diffuso per la cultura

- **28 italiani su 100 visitano i musei almeno una volta l'anno (Istat)**
- **22 italiani su 100 visitano i siti archeologici almeno una volta l'anno (Istat)**
- **Dando credito ai più recenti dati Eurostat (2007), la gran parte degli europei, circa il 77%, dichiara di intendere la cultura come un aspetto fondamentale della propria vita**



Il turismo culturale

Perché è importante per l'Italia? (2/2)

- 3. Il nostro Paese ha sedimentato nel tempo un'immagine fortemente legata all'arte e alla cultura, soprattutto agli occhi degli stranieri**
- Da un'indagine Doxa-Mercury-Touring sui principali mercati esteri emerge che:
 - ✓ **"cultura e arte"** sono elementi caratterizzanti dell'immagine dell'Italia, prima di **"cucina, vini"** e del **"paesaggio"**
 - ✓ tra i luoghi italiani più noti all'estero ci sono le **città d'arte**: Roma, Venezia e Firenze





Il turismo culturale

I giudizi degli stranieri (scala: 1 molto negativo/10 molto positivo - valori medi)





Il turismo culturale

Una definizione complicata (1/3)

- **Se, come riportato dall'Eurostat, buona parte degli europei considera la cultura un aspetto fondamentale della propria vita, occorre sottolineare come essa sia strettamente legata alla "conoscenza" (di luoghi, società, storie) e, dunque, al turismo**
- **Occorre sgombrare il campo da almeno un mito: se intendessimo il turista culturale nella sua declinazione "pura" sarebbe oggi una nicchia che avrebbe poca evidenza nelle statistiche ufficiali**
- **Quello che invece affiora dalle rilevazioni e che va a comporre il sub-settore del turismo culturale, è un turista contemporaneo, composito, che durante il viaggio – leisure ma anche business – include nei suoi consumi una quota significativa di beni e servizi riconducibili direttamente o indirettamente al settore della cultura (in sintesi: musei, mostre, visite a monumenti e siti fino alle incursioni nell'enogastronomia e nell'artigianato), ma che non disdegna lo shopping prevalentemente in ambito urbano (città d'arte e capitali), il benessere (spa, centri benessere) o i parchi di divertimento**



Il turismo culturale

Una definizione complicata (2/3)

- Certo nei musei, nei monumenti, nei circuiti museali e nelle aree archeologiche statali italiane si sono riversati nel 2008 oltre 33 milioni di visitatori tra italiani e stranieri, per non parlare delle mostre. **Ma quanti di questi sono escursionisti? Quanti residenti? E quanti ancora viaggiatori d'affari che hanno occupato un paio d'ore libere?**
- È importante comunque tentare di dare risposte a un paio di domande-chiave: **come si declina il turismo culturale oggi? Quali sono i suoi numeri?**
- **Non esiste, in letteratura, una definizione universalmente accettata di turismo culturale: secondo l'UNWTO è quel fenomeno che fa riferimento ai movimenti di persone spinti essenzialmente da motivazioni culturali quali viaggi di studio, tour culturali e artistici, viaggi per festival e altri eventi culturali, visite a siti archeologici e monumenti**



Il turismo culturale

Una definizione complicata (3/3)

- Il turismo culturale è dunque caratterizzato da **diverse motivazioni** di viaggio che si traducono non solo nella visita di beni storici, artistici e paesaggistici ma anche nella presenza a mostre, fiere e concerti, o nell'esperienza delle tradizioni e del folklore locali, nonché dei prodotti dell'enogastronomia e dell'artigianato
- Da qui l'esigenza di un **forte coordinamento tra tutti gli attori pubblici e privati che si occupano di turismo e cultura** in quanto sono, spesso anche inconsapevolmente, parte integrante di un medesimo sistema e "fornitori" di beni e servizi del medesimo "turista culturale"



Il turismo culturale

I dati del turismo culturale (1/3)

- **Degli oltre 30 miliardi di euro che gli stranieri hanno speso per turismo in Italia nel 2007, quasi un terzo (9,8 miliardi) è da attribuire alle vacanze artistico-culturali**
- **La quota della spesa degli stranieri in Italia per vacanze culturali è stata nel medio periodo in decisa crescita: dal 27,5% del 2005 è passata al 31,5% del 2007**
- **Analizzando i diversi Paesi di provenienza dei turisti stranieri in Italia si nota che oltre la metà della spesa turistica per motivi culturali è relativa a soli cinque Paesi:**
 - **Stati Uniti**
 - **Regno Unito**
 - **Francia**
 - **Germania**
 - **Spagna**



Il turismo culturale

I dati del turismo culturale (2/3)

- È chiaro, dunque, che **dalla capacità di ripresa di alcuni Paesi europei ed extraeuropei dipenderanno anche le performance dell'incoming italiano e, in particolare, del turismo culturale**
- Le **CITTÀ D'ARTE** rappresentano, infatti, una **quota rilevante del turismo italiano**: gli arrivi, circa **34 milioni nel 2007**, pesano per il **35% sugli arrivi totali registrati in Italia**; le **presenze**, superiori a **93 milioni**, incidono per il **24,7%**
- **Nel medio periodo (prima della crisi) il turismo culturale è quello che ha registrato i tassi di crescita più elevati**: tra il **2002 e il 2007** il turismo nelle città di interesse storico e artistico è cresciuto del **25,7% (gli arrivi)** e del **20,9% (le presenze)**, rispetto a un incremento del totale Italia pari al **17,2 % per gli arrivi e al 9,1% per le presenze**



Il turismo culturale

I dati del turismo culturale (3/3)

- Le **principali caratteristiche** del turismo culturale possono essere così riassunte:
 - **elevato grado di internazionalità** (nel 2007 il 59,1% delle presenze erano straniere rispetto al 43,4% complessivo dell'Italia)
 - **ridotta permanenza media** tipica dei viaggi culturali (2,8 giorni rispetto alla media complessiva di 3,9 giorni)
 - **basso peso della stagionalità** (il 34,5% delle presenze del 2007 nelle città d'arte si sono registrate nei mesi estivi rispetto al 50,6% del totale)

Cosa è successo negli ultimi mesi?

- Già a dicembre 2008, ma anche ad aprile 2009 (Pasqua) e ad agosto i dati sull'occupazione alberghiera di Confindustria AICA segnalavano decrementi consistenti per alcune province strategiche:

	dic 08/dic 07	apr 09/apr 08	ago 09/ago 08
Roma	-11,3%	-8%	-5,1%
Venezia	-13,4%	-7%	-2,9%
Milano	-3,9%	-11,1%	-8,6%
Firenze	-9,1%	-6%	-5,4%
Napoli	-11,2%	+0,6%	+5,1%



Il turismo culturale

Alcuni nuovi prodotti (1/2)

Il turismo culturale, dunque, pur ruotando attorno ai grandi attrattori storico-artistici (musei e monumenti) che hanno dato notorietà al nostro Paese, non si esaurisce più con essi. Esistono, infatti, forme "altre" di turismo culturale che danno conto di come i bisogni e le esigenze di svago e conoscenza dei visitatori siano cambiati nel tempo

➤ **Le Capitali della Cultura**

Le città vengono sempre più spesso percepite come "contenitori attrattivi" (ovvero luoghi dove succedono "cose", e magari collegate con vettori low cost) e per questo visitate

➤ **I Tour delle città in bus**

La tendenza degli ultimi decenni è quella di soggiorni sempre più brevi (anche se più frequenti durante l'anno). I tour in bus permettono di visitare le città d'arte da un nuovo punto di vista e, soprattutto, in tempi ridotti





Il turismo culturale

I nuovi prodotti (2/2)

➤ Turismo e architettura

Le architetture danno riconoscibilità ai luoghi divenendo attrattiva esse stesse (Guggenheim di Bilbao, Museo ebraico di Berlino, Museo del Quai Branly a Parigi ma anche il Mart di Rovereto e il Museo Vedova a Venezia...)



➤ Enogastronomia e cultura

Il cibo è sempre letto come strumento di conoscenza della cultura e delle tradizioni locali. Da qui il crescente sviluppo di corsi di cucina, durante i soggiorni di vacanza, e di musei dedicati all'enogastronomia

➤ I piccoli borghi

I piccoli centri si stanno affermando non come alternativi alle grandi città d'arte (la competizione sarebbe impari) ma come luoghi in cui riscoprire, oltre ai tanti musei e monumenti "minori", anche i territori e le loro tradizioni

