



Il valore aggiunto del turismo in Piemonte

Istituto di Ricerche Economico Sociali del Piemonte

22 maggio 2008

Il valore aggiunto del turismo in Piemonte

Carlo Alberto Dondona - Istituto di Ricerche Economico Sociali del Piemonte

Il turismo per la nostra regione rappresenta, sotto vari punti di vista, un'indiscutibile risorsa.

In questo studio, attraverso l'analisi della consistenza e dell'andamento delle presenze turistiche, si è cercato di misurare il peso economico che il fenomeno turistico assume in Piemonte, cercando di tracciare un quadro dell'impatto macroeconomico del fenomeno turistico e rendendolo confrontabile con gli altri comparti produttivi.

Il punto di partenza del lavoro è rappresentato dall'elaborazione dei dati sulla spesa diretta dei turisti, prima componente nel calcolo del valore aggiunto del turismo. I valori sono stati ricavati da indagini dirette, dalla comparazione e da una media di analoghi studi di settore compiuti da agenzie e Istituti specializzati. Nel calcolo della spesa si è cercato di tenere conto, per quanto possibile, del peso delle diverse tipologie del turismo locale e quindi quanto ciascun segmento di turisti spende mediamente al giorno, nonché il tasso di permanenza media nell'area, che può differire da segmento a segmento.

Spesa media per tipo di destinazione

Motivazioni/destinazioni	Spesa media per presenza (euro)
Montano	76
Lacuale	73
Culturale	110
Enogastronomico	130
Lavoro	111
Territorio/Cultura e Altro*	90
Spesa media	98

*Eventi, sport, ecc.

Attraverso l'attribuzione di questi valori medi di spesa si è cercato di definire l'entità economica dei diversi segmenti turistici piemontesi: la montagna, i laghi, le città d'arte, il turismo di lavoro e quello enogastronomico.

Una prima metodologia per la stima del valore aggiunto del settore turistico sull'economia regionale è quella della "domanda turistica", che prevede l'attribuzione di un valore medio di spesa giornaliera pro capite e che va successivamente corretto attraverso l'utilizzo di un moltiplicatore di spesa che tenga conto del successivo effetto economico delle spese dirette; tale moltiplicatore è stimato dall'OCSE in 1,6 a livello nazionale.

Con questo tipo di correzione, per il 2007 il valore complessivo della spesa diretta e di quella indiretta è stato stimato in 1,46 miliardi di euro, pari al **2%** dei consumi delle famiglie piemontesi nel 2007.

Per lo stesso anno il valore aggiunto a livello nazionale è stato calcolato in 45 mld di euro, pari al 4,9% sul PIL (Ministero dell'Economia e delle Finanze) .

Ripartizione delle presenze per destinazione e per spesa e valore percentuale sui consumi:

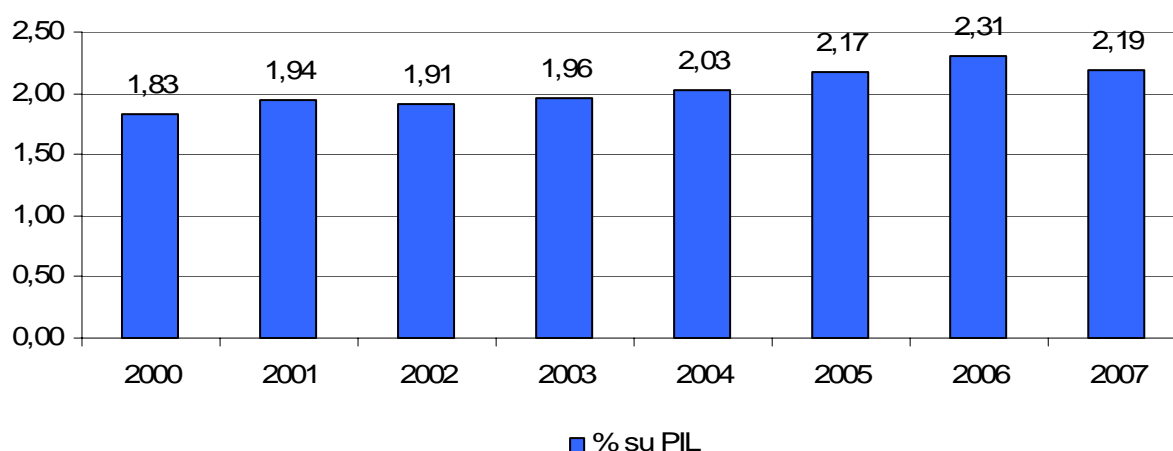
Destinazione	Presenze	€	Spesa per destinazione
Montagna	2.736.820,00	76	207.998.320,00
Lago	3.309.111,00	73	241.565.103,00
Arte	1.943.473,68	110	213.782.104,25
Lavoro	1.018.741,10	111	113.080.261,77
Eno-gastronomico	471.379,04	130	61.279.275,20
Altro	837.185,00	90	75.346.650,00
Totale presenze	10.316.709,81		913.051.714,22
Effetto moltiplicatore			1.460.882.742,75
			% su consumi
Consumi Regione	73.572.450.000,00		2%

Una seconda metodologia per il calcolo del valore economico del turismo è quella di considerare un indicatore nazionale medio di spesa (198 €): quest'ultimo può essere interpretato come il PIL attivato mediamente da ogni presenza turistica, a cui aggiungere una quota del così detto *spillover*, cioè quella parte di valore aggiunto generata dalla vendita di beni e servizi utilizzati nel turismo da altre regioni, e che studi di settore quantificano in Piemonte circa 650 mln di €.

In questo modo si ottiene una stima che considera sia i consumi diretti che quelli indiretti e riporta il valore aggiunto del turismo simile a quello di altre regioni italiane non tradizionalmente a vocazione turistica.

Presenze tot. * spesa media	2.042.708.580
Spesa + effetto spillover	2.692.708.580
% su PIL Regione	2,2%

Andamento V.A. turismo in % su PIL Regione 2000-2007



L'andamento della spesa turistica in rapporto al PIL regionale mostra un trend di crescita in atto dal 2000, con un picco massimo raggiunto nell'anno delle Olimpiadi invernali di Torino 2006.

È importante sottolineare che questo valore è pur sempre una stima e non rappresenta il reale volume economico generato dai movimenti turistici. In particolare queste elaborazioni non tengono conto di un'importante spesa generata dal fenomeno escursionistico, cioè quel turismo giornaliero che non viene "catturato" attraverso la normale rilevazione delle presenze alberghiere ma che contribuisce a tutti gli effetti all'economia del settore.

A questo scopo stiamo mettendo a punto una serie di rilevazioni campionarie nei diversi ambiti di prodotto turistico della regione, al fine di ottenere indicazioni più precise sull'entità del fenomeno e sui comportamenti di spesa.

Attualmente, attraverso l'utilizzo di dati quantitativi riferibili al settore del turismo montano delle così dette valli Olimpiche, è stato calcolato un coefficiente moltiplicativo delle presenze pari a 13,5 che, applicato a quelle ufficiali, ci fornisce una stima del volume complessivo del turismo in alta Val di Susa decisamente superiore: oltre 17 milioni di presenze contro gli 1,2 milioni ufficiali e di oltre 33 milioni se applicato all'intero segmento montagna. Applicando il medesimo ragionamento della spesa media pro capite e del moltiplicatore della spesa, il valore aggiunto del solo turismo montano sarebbe pari a 3,2 mld di euro e contribuirebbe da solo ad una quota pari a 2,6% del PIL regionale.

Da ultimo, oltre alla stima del valore aggiunto del turismo, attraverso l'analisi delle diverse banche dati in nostro possesso, la ricerca ha cercato di fornire una serie di dati quantitativi riguardanti il fatturato e gli addetti delle aziende sensibili al turismo, in particolare il settore alberghiero e quello delle agenzie di viaggi.

Nel 2002 il fatturato complessivo del settore alberghiero ed extra alberghiero nella regione è pari a 444 ml di euro. Ben superiore è quello delle agenzie di viaggio e delle guide e accompagnatori turistici, pari a 1,3 miliardi di euro. Gli addetti totali, dipendenti e indipendenti, di entrambi i settori sono 11.732.

Nel 2005, ultimo anno per cui sono disponibili informazioni, vede l'introduzione delle classi di fatturato, che ci obbligano ad una diversa elaborazione, leggibile nella tabella seguente:

Classe di fatturato	Valore Assoluto			Percentuale		
	Alberghiero	Extra- Alberg.	Agenzie	Alberghiero	Extra- Alberg.	Agenzie
0-19 migliaia di euro	73	174	139	6,16	31,52	18,71
20-49 migliaia di euro	145	156	100	12,24	28,26	13,46
50-99 migliaia di euro	209	86	100	17,64	15,58	13,46
100-199 migliaia di euro	269	61	132	22,70	11,05	17,77
200-499 migliaia di euro	278	44	135	23,46	7,97	18,17
500-999 migliaia di euro	120	15	68	10,13	2,72	9,15
1000-1999 migliaia di euro	59	10	30	4,98	1,81	4,04
2000-3999 migliaia di euro	28	4	17	2,36	0,72	2,29
4000-4999 migliaia di euro	1	2	2	0,08	0,36	0,27
5000-9999 migliaia di euro	1	0	10	0,08	0,00	1,35
10000-19999 migliaia di euro	1	0	4	0,08	0,00	0,54
20000-49999 migliaia di euro	1	0	2	0,08	0,00	0,27
50000-199999 migliaia di euro	0	0	3	0,00	0,00	0,40
200000 e più migliaia di euro	0	0	1	0,00	0,00	0,13
Totale	1185	552	743	100,00	100,00	100,00

Si è scelto di non inserire le informazioni riguardanti il settore della ristorazione, sicuramente sensibile al turismo ma di cui non siamo in grado di pesare l'effettiva incidenza in rapporto all'utilizzo del medesimo da parte della popolazione locale.