

# TURISMO SOSTENIBILE E PATRIMONIO DEL TERRITORIO

Quali sinergie e quali impatti  
economici, sociali e ambientali

1° edizione - Novembre 2023



Founding  
Partner:



Main  
Partner:



Partner:



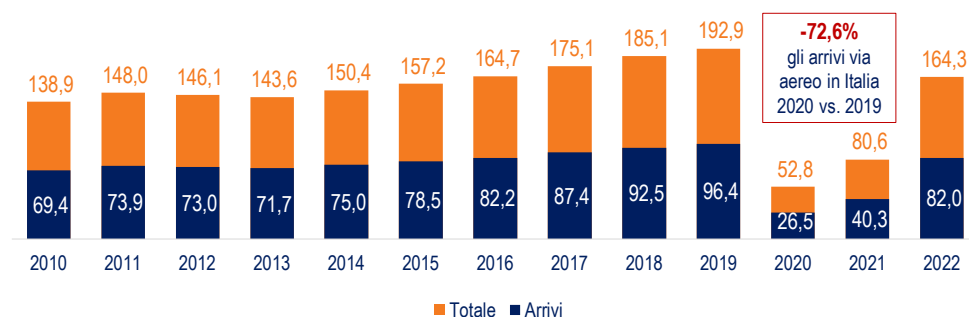
## **INDICE**

<b>I DIECI MESSAGGI CHIAVE DEL RAPPORTO STRATEGICO</b>	<b>2</b>
<b>OBIETTIVI, METODOLOGIA E CANTIERI DI LAVORO</b>	<b>13</b>
<b>LO SCENARIO INTERNAZIONALE DEL TURISMO E QUALI IMPATTI PER L'ITALIA</b>	<b>16</b>
<b>IL VALORE GENERATO DALLA FILIERA DEL TURISMO E IL CONTRIBUTO ALLA TRANSIZIONE SOSTENIBILE DELL'ITALIA</b>	<b>26</b>
<b>LE DIVERSE TIPOLOGIE DI TURISMO E LE SINERGIE INTERSETTORIALI: QUALI BENEFICI PER IL SISTEMA-PAESE</b>	<b>45</b>
<b>IL TURISMO SOSTENIBILE IN ITALIA: QUALI LINEE D'AZIONE PER IL FUTURO</b>	<b>61</b>
<b>PRINCIPALE BIBLIOGRAFIA DI RIFERIMENTO</b>	<b>65</b>

## I DIECI MESSAGGI CHIAVE DEL RAPPORTO STRATEGICO

### 1. Il settore del turismo italiano si inserisce in uno scenario macroeconomico a luci e ombre

- Nell'ultimo triennio, l'economia globale è stata colpita da una serie di fattori di crisi e discontinuità che hanno comportato implicazioni di natura sistemica e strutturale a tutti i livelli (individui, imprese, istituzioni e territori), inimmaginabili fino a poco tempo fa. Tra i più rilevanti rientrano: la pandemia globale da COVID-19, l'esplosione del conflitto in Ucraina, l'incremento esponenziale dei costi energetici e logistici, l'interruzione di alcune catene di approvvigionamento, l'impennata dell'inflazione e in ultimo lo scoppio della guerra nella striscia di Gaza.
- Focalizzandosi sullo scenario italiano, il quadro macroeconomico presenta una **situazione a luci e ombre**. Nello scorso ventennio, l'Italia è stata il **“vagone” più lento dell'Unione Europea**, con una crescita media annuale del PIL pari a **+0,4%**, un quarto rispetto alla media UE (+1,6%). Nel 2000, il PIL dell'Italia era pari al 65% della Germania e al 91% della Francia, mentre 20 anni dopo era pari al 53% della Germania e al 74% della Francia.
- Contro ogni aspettativa, in questo scenario l'Italia ha dimostrato reattività e resilienza. Nonostante la chiusura dei mercati verso la Russia e il rallentamento dell'economia tedesca, le esportazioni nel 2022 sono tornate a crescere, raggiungendo il record storico di 743 miliardi di Euro. Anche a livello occupazionale il Paese è in ripresa: a fine 2022, l'occupazione ha recuperato i valori pre COVID-19.
- Guardando invece alle prospettive di sviluppo più recenti del sistema-Italia, l'Italia ha registrato una contrazione (inattesa) del PIL e le previsioni di andamento per l'anno 2023 sono state riviste al ribasso. I fattori di instabilità dello scenario geopolitico internazionale hanno contribuito inoltre ad acuire la pressione inflattiva. Il picco inflattivo registrato all'inizio del conflitto russo-ucraino non è ancora rientrato: l'inflazione è in progressiva riduzione, ma rimane un punto critico di attenzione, soprattutto per i prodotti agroalimentari.
- All'interno dello scenario altalenante dell'economia italiana degli ultimi 20 anni, il turismo è stato al centro delle forze di cambiamento del triennio passato. In particolare, il settore ha dovuto rispondere a:
  - i **lockdown** delle attività produttive e lo stop agli spostamenti nel 2020, che hanno causato una perdita di passeggeri aerei pari a **70 milioni di arrivi** in Italia, una riduzione del **73%** dal 2019 al 2020;



**Figura I.** Passeggeri totali e passeggeri atterrati in Italia via aereo (milioni di passeggeri), 2010-2022.  
*Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat, 2023.*

- o la **crisi energetica** del 2022, che ha comportato una crescita dei prezzi del petrolio di **x5** e del gas naturale di **x33** rispetto ai due anni precedenti nei mesi tra maggio e settembre 2022, ponendo pressione sui costi di carburante e di riscaldamento;
- o il **rimbalzo inflattivo delle attività turistiche**: i servizi ricettivi e alberghieri hanno subito l'**inflazione più alta registrata in Italia** raggiungendo **+18,0%** a giugno 2022 e mantenendola a doppia cifra anche a settembre 2023, con **+11,2%** rispetto all'anno precedente, un valore di +5,9 punti percentuali superiore alla media italiana;
- o la **ricerca di mete meno costose da parte dei turisti italiani**: l'incremento della pressione inflattiva ha portato i cittadini italiani a prediligere mete turistiche internazionali meno onerose nel 2022, con un aumento delle presenze del +300% per la Croazia e la Spagna, a discapito di destinazioni balneari storiche del territorio nazionale.

## **2. Nonostante l'incertezza dello scenario internazionale, il turismo si conferma un asset strategico per la competitività dell'Italia**

- Il turismo si posiziona come un asset strategico per la competitività del Paese generando direttamente **7 miliardi di Euro** di Valore Aggiunto nel 2022. Il settore è in forte ripresa dal periodo post-pandemico: dopo aver subito un ridimensionamento di quasi 2/3 del valore in un anno, è cresciuto del **+106%** dal 2020 ad oggi.
- Il fatturato del settore turistico si attesta a **19 miliardi di Euro** nel 2022, **+9%** dal 2015, per un Valore Aggiunto generato pari a **7 miliardi di Euro** nello stesso anno. Il settore sostiene inoltre un'occupazione diretta di **293.000 lavoratori**, **+3,2%** dal 2015, in **24.275 imprese**.

 **€19 mld**  
Fatturato (2022)  
**+9% vs. 2015**

 **€7 mld**  
Valore Aggiunto (2022)

 **293.000**  
Occupati (2022)  
**+3,2% vs. 2015**

 **24.275**  
Imprese (2022)  
**+1,8% vs. 2015**

---

Figura II. La fotografia del settore turistico italiano. Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat, AIDA e Infocamere, 2023.

- All'interno del territorio italiano, il **Veneto** è la **1<sup>a</sup> Regione** per presenze turistiche, con il **17,5% del totale nazionale** e oltre 50 milioni di presenze, davanti a Trentino-Alto Adige, Toscana, Emilia-Romagna e Lombardia. In aggiunta, il turismo in Veneto è cresciuto **più della media** italiana nel periodo pre-pandemico (+12,6% vs. +11,1% nel periodo 2015-2019) e ha vissuto la **3<sup>a</sup> miglior ripresa post-pandemica** nel periodo 2020-2021 (+55,8% delle presenze).

### **3. Il patrimonio turistico italiano può contare su numerosi fattori di attrattività: sono stati identificati 10 primati del Paese a livello internazionale**

- L'Italia detiene il **primato mondiale** per il maggior numero di siti riconosciuti come Patrimonio dell'Umanità dall'UNESCO, con un totale di 59 siti registrati. Inoltre, il Paese si posiziona al **3° posto** per il **numero di città** riconosciute come **creative** per il loro impegno nella promozione della cultura e della creatività per lo sviluppo urbano sostenibile (13 città<sup>1</sup>) e al **2° posto** nel mondo per la **vastità del suo patrimonio artistico e culturale**, con 4.976 musei, monumenti e siti archeologici.
- Anche dal punto di vista naturale, l'Italia può vantare un **patrimonio** di notevole importanza, con la presenza di **11 Geoparchi**<sup>2</sup> distribuiti sul territorio nazionale, collocandola al **2° posto** in Europa, subito dopo la Spagna (12). Questa ricchezza vale anche per il patrimonio costiero. In termini di spiagge, **6 delle 20 spiagge più belle d'Europa** si trovano nel territorio

---

<sup>1</sup> Le 13 città creative italiane: Bologna, Fabriano, Torino, Roma, Parma, Milano, Pesaro, Carrara, Alba, Biella, Bergamo, Como, Modena.

<sup>2</sup> I Geoparchi sono singole aree geografiche i cui siti e paesaggi di valore geologico internazionale vengono gestiti secondo un concetto olistico di protezione, educazione, sviluppo sostenibile. Nei Geoparchi la conservazione viene combinata con lo sviluppo sostenibile e coinvolge le comunità locali con lo scopo di creare una collaborazione e scambiare esperienze anche tra i visitatori.

italiano e il Paese raggiunge il **3°** posto per litorali premiati con la bandiera blu, preceduto solo da Spagna e Grecia.

- Le tradizioni culturali italiane costituiscono un ulteriore primato posizionando l'Italia al **10° posto al mondo** per numero di tradizioni riconosciute come Patrimonio Culturale Immateriale. Nell'ambito enogastronomico con **un totale di 852 prodotti certificati DOP e IGP**, di cui 527 sono legati alla produzione vitivinicola e 325 alla produzione alimentare, l'Italia è il **primo Paese in Europa** per numero di prodotti certificati. Questo contribuisce a rendere l'Italia la **1° destinazione enogastronomica al mondo**, con il 29,3% dei turisti che identificano la tradizione culinaria come un motivo di attrazione principale nel Paese. Inoltre, si posiziona al **5° posto** per diversità nell'offerta degli alloggi turistici.
- Infine, l'Italia **primeggia**, a pari merito con la Francia, **con 8 paesaggi culturali riconosciuti dall'UNESCO**.

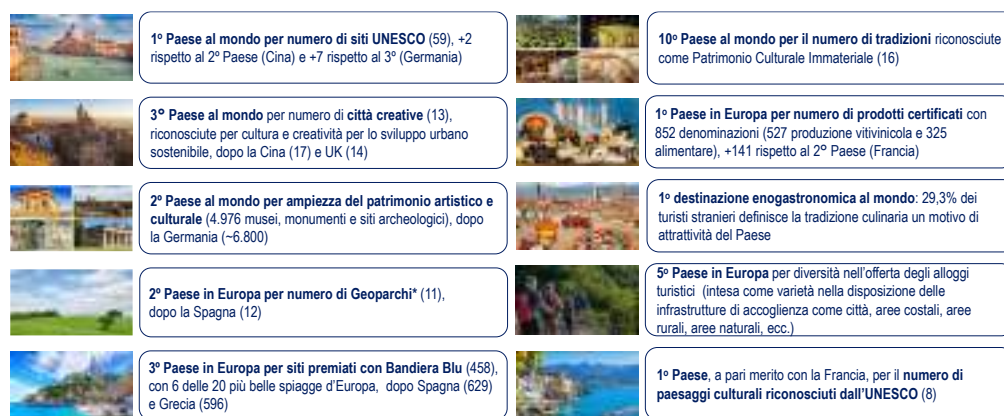


Figura III. I principali primati di attrazione turistica italiana. Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su fonti varie, 2023.

#### 4. Il settore turistico offre un contributo significativo alla sostenibilità dell'Italia, a partire da quella economica, con un effetto moltiplicativo rilevante: grazie all'attivazione di filiere sul territorio nazionale, per ogni Euro di Valore Aggiunto diretto generato dal turismo si generano 1,31 Euro aggiuntivi per l'economia italiana

- Oltre a rappresentare un asset strategico fondamentale per la competitività dell'Italia, il turismo può offrire un **contributo strategico alla transizione sostenibile del Paese**, lungo le tre dimensioni chiave della sostenibilità: economica, sociale e ambientale.
- Con riferimento alla sostenibilità economica, nonostante una significativa frenata causata dalla pandemia da COVID-19, il fatturato del settore turistico è cresciuto del **+42,9%** all'anno dal 2020 ad oggi. Il settore ha

sovraperformato di **oltre x4 volte** l'aggregato dei servizi (+10% dal 2020 ad oggi), così come la crescita del Paese (+8,2% nello stesso periodo).

- Il turismo italiano sottende una filiera industriale e di servizio complessa e articolata, ad alto valore aggiunto e alti tassi di dinamicità, con effetti moltiplicativi molto rilevanti: grazie all'attivazione di filiere sul territorio nazionale, per ogni Euro di Valore Aggiunto diretto generato dal turismo, si generano 1,31 Euro aggiuntivi nell'intera economia italiana, con un **effetto moltiplicativo pari a 2,31**.

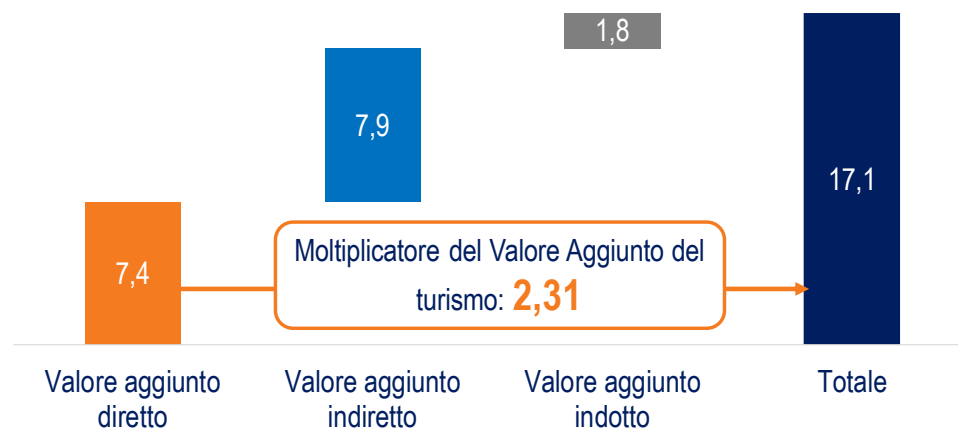
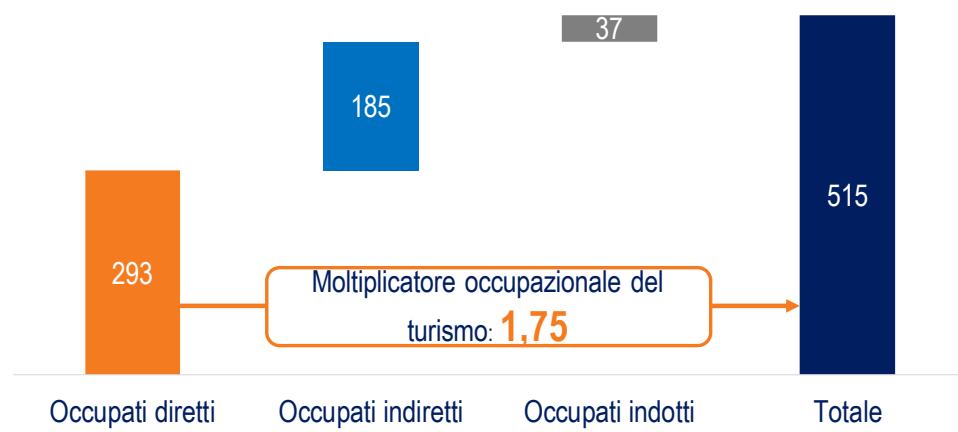


Figura IV. Valore Aggiunto totale generato dal settore del turismo in Italia (milioni di Euro), 2022. Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dai tabelle delle interdipendenze settoriali di Istat, 2023.

## 5. Il settore offre un contributo significativo anche alla sostenibilità sociale, con un impatto rilevante sull'occupazione nei territori italiani: **293.000 occupati diretti, con un effetto moltiplicativo pari a 1,75**

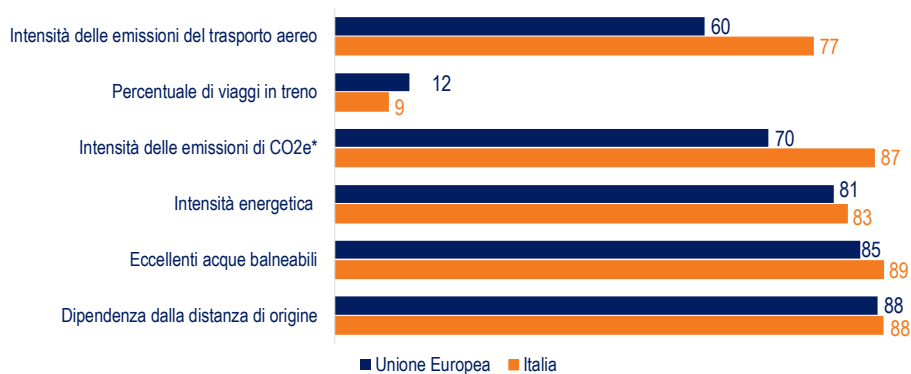
- Il numero di lavoratori nel settore turistico continua a crescere con un tasso medio annuo di crescita composto di **+6,7%** nel periodo 2017-2022. Grazie al suo dinamismo occupazionale, il settore ha superato i propri livelli pre-pandemici nel 2022, raggiungendo **293.000** dipendenti.
- Tramite l'attivazione di una complessa filiera di fornitura e sub-fornitura, il settore del turismo genera **515.000** posti di lavoro in maniera diretta, indiretta o indotta nell'economia italiana. In altre parole, per ogni occupato nel settore, si attiva quasi un altro occupato nel resto dell'economia italiana, con un **effetto moltiplicativo pari a 1,75**.



**Figura V.** Occupazione generata dal settore del turismo in Italia (migliaia di occupati), 2022. *Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dai tabelle delle interdipendenze settoriali di Istat, 2023.*

## 6. Il turismo in Italia è attento alla promozione della sostenibilità ambientale. L'Italia è più virtuosa della media europea in 5 dei 6 indicatori che compongono l'indice di impatto ambientale del turismo

- La sostenibilità ambientale si misura attraverso **6** indicatori chiave secondo la Commissione Europea: intensità delle emissioni del trasporto aereo, intensità delle emissioni di CO<sub>2</sub>, intensità energetica, eccellenti acque balneabili, dipendenza della distanza di origine e percentuale di viaggi in treno. Solo per l'ultima variabile l'Italia performa al di sotto degli standard medi europei, **superandoli** nelle altre occasioni.



**Figura VI.** Indice di sostenibilità ambientale del turismo (valori da 0= minimo a 100= massimo), 2021. *Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati European Council Tourism Dashboard, 2023. (\*) CO<sub>2</sub>e: rappresentano una misura standardizzata dell'impatto ambientale delle emissioni di gas serra, in un'unica unità equivalente di anidride carbonica (CO<sub>2</sub>). N.B. un valore più alto rappresenta un risultato migliore.*

- In aggiunta, dal 2008, nonostante una **diminuzione** dei consumi energetici, il settore turistico è riuscito a generare un valore aggiunto **superiore** del 30%



nel 2019. Emerge, quindi, un trend di **disaccoppiamento** tra consumo energetico e creazione di valore economico per il settore del turismo che ha caratterizzato una riduzione dell'intensità energetica del **-37%** dal 2008 al 2019.

- Nonostante il preponderante utilizzo dei mezzi di trasporto su strada, con **64%** dei turisti che utilizza la macchina per raggiungere la propria meta turistica, l'Italia si posiziona tra i **primi 10 Paesi** europei per l'utilizzo di mezzi meno inquinanti (10% dei passeggeri), superando la media europea del 7% di +3 p.p.

## 7. Il turismo in Italia sottende una filiera industriale e di servizio complessa e articolata: 16 settori economici e 62 sotto-settori, per un Valore Aggiunto complessivo di 92,4 miliardi di Euro, pari al 5,3% del PIL italiano e un'occupazione di 2,2 milioni di persone

- Il turismo è caratterizzato da **rilevanti sinergie intersettoriali** che coinvolgono gli esercizi ricettivi, la ristorazione, i servizi di trasporto, l'offerta ricreativa e culturale, il commercio al dettaglio e tutte le attività a supporto. Per comprendere la vera dimensione economica e sociale del turismo quasi tutti i Paesi dell'Unione Europa pubblicano il Conto Satellite del Turismo, una rendicontazione del valore del perimetro esteso del settore in ottica di filiera.
- Il turismo in Italia sottende una filiera industriale e di servizio complessa e articolata: **16 settori** (codici ATECO a 2-cifre) e **62 sotto-settori** (codici a 4-cifre). Grazie all'attività congiunta di questi settori e considerandone la quota direttamente legata al turismo, il perimetro esteso del turismo sostiene la generazione di **92,4 miliardi di Euro** di Valore Aggiunto in Italia. In altre parole, senza la filiera del turismo, il **5,3%** del PIL italiano non potrebbe essere generato.

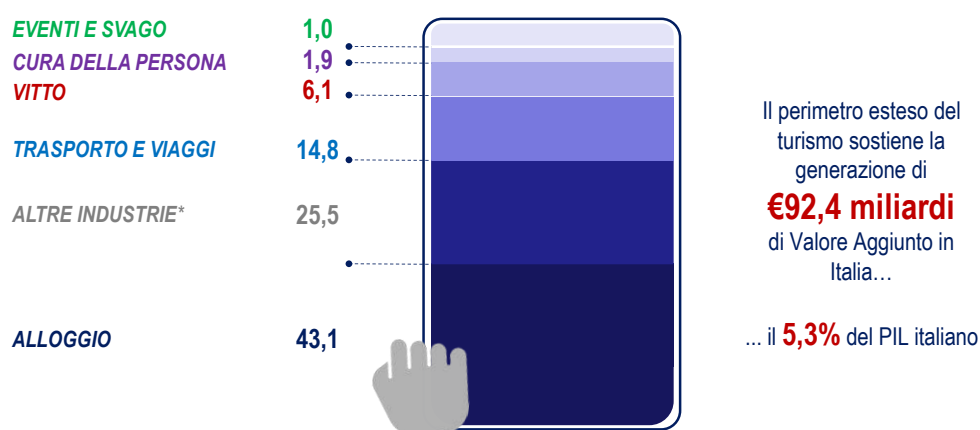


Figura VII. Valore Aggiunto della filiera estesa del turismo in Italia (miliardi di Euro), 2022. Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat e AIDA, 2023. (\*) Il Conto Satellite del Turismo italiano assume una quota del 2,1% presente in tutti i settori non centrali alla filiera.

- La filiera estesa attivata dal turismo coinvolge inoltre **2,2 milioni di lavoratori**. Si tratta di un valore molto significativo: senza questa filiera, l'**8,6% dell'occupazione italiana** non potrebbe essere sostenuta.

## 8. Sono 5 le dimensioni chiave del turismo: paesaggistico e culturale, enogastronomico, balneare e costiero, sportivo e outdoor e dei grandi eventi sportivi e culturali. L'Italia può vantare un posizionamento rilevante in tutte queste declinazioni

- Sono state identificate **5 dimensioni chiave del turismo**: il turismo legato alla bellezza dei paesaggi e culturale, il turismo enogastronomico, il turismo balneare e costiero, quello sportivo e legato all'attività outdoor e i flussi turistici associati ai grandi eventi (sportivi e culturali).
- All'interno di questa segmentazione, l'Italia detiene punti di forza e primati per ogni dimensione:
  - l'Italia è il **1° Paese** al mondo, a pari merito con la Francia, per **dotazione di paesaggi culturali protetti dall'UNESCO**, con 8 siti patrimonio dell'umanità, il doppio della Spagna;

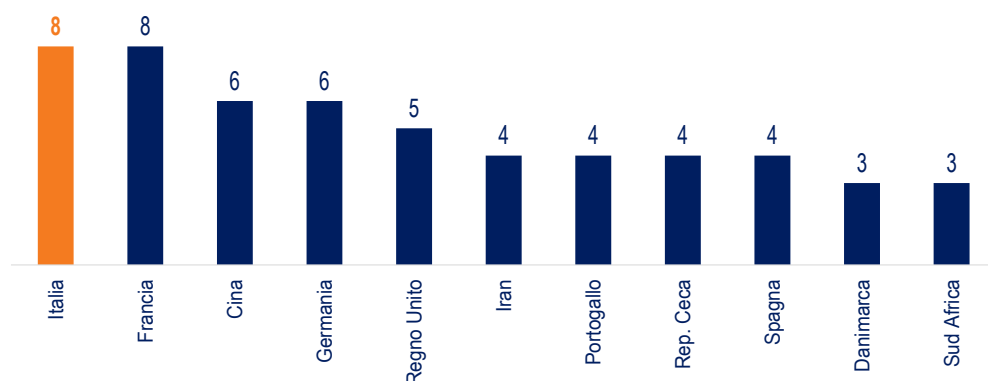


Figura VIII. Primi 10 Paesi nel mondo per numero di paesaggi culturali Patrimonio dell'umanità (val. assoluto), 2023. Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati UNESCO, 2023.

- **le produzioni agroalimentari e la tradizione culinaria** sono il **1°** fattore di attrattività dell'Italia per i turisti stranieri e il Made in Italy agroalimentare è un fattore di distintività in tutto il mondo;
- l'Italia è il **4°** Paese al mondo e il **3°** nell'Unione Europea per **spiagge protette**, con 458 Bandiere Blu;
- l'attività sportiva vale **oltre il 15%** delle presenze turistiche totali in Italia ed è un fattore chiave di **fidelizzazione dei visitatori**, in quanto il 68,2% tornano nella stessa meta più di una volta;
- l'Italia è **2ª** in Europa per l'organizzazione di **grandi eventi** sul territorio nazionale. In particolare, Milano, Roma e Rimini figurano tra le prime 10 città europee che ospitano il maggior numero di eventi con rispettivamente 42, 33 e 25 grandi eventi in un anno.

## 9. Grazie al contributo alla sostenibilità economica, sociale e ambientale la filiera del turismo impatta, in modo diretto o indiretto, su tutti i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda ONU 2030

- Attraverso un lavoro approfondito di raccolta dati, analisi e mappatura, è stato analizzato come il settore del turismo impatti sui 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile previsti dall'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.
- Il turismo impatta, direttamente o indirettamente, **tutti i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile**, con diversi livelli di influenza. Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile più impattati dal turismo sono **6** e rappresentano il **75%** dell'impatto complessivo. Si tratta di:
  - Obiettivo di sviluppo sostenibile **n°8** “Lavoro dignitoso e crescita economica”: il turismo è uno dei quattro principali generatori di **reddito da esportazione**;
  - Obiettivo di Sviluppo Sostenibile **n°9** “Imprese, innovazione e infrastrutture”: il turismo influisce sul miglioramento sostenibile delle **infrastrutture** pubbliche e private;
  - Obiettivo di Sviluppo Sostenibile **n°11** “Città e comunità”: il turismo favorisce lo sviluppo delle infrastrutture urbane e la **conservazione del patrimonio culturale e naturale**;
  - Obiettivo di Sviluppo Sostenibile **n°12** “Consumo e produzione responsabili”: attraverso la promozione di stili di **consumo e produzione sostenibili**, il turismo può dare un contributo rilevante su energia, acqua, rifiuti, biodiversità e occupazione;
  - Obiettivo di Sviluppo Sostenibile **n°13** “Lotta contro il cambiamento climatico”: il turismo, a sua volta influenzato dal cambiamento climatico, può **contribuire attivamente alla lotta** contro di esso;
  - Obiettivo di Sviluppo Sostenibile **n° 17** “Partnership per gli obiettivi” grazie alla sua natura trasversale e alle sinergie intersettoriali, il turismo rafforza le **partnership pubblico-private**.

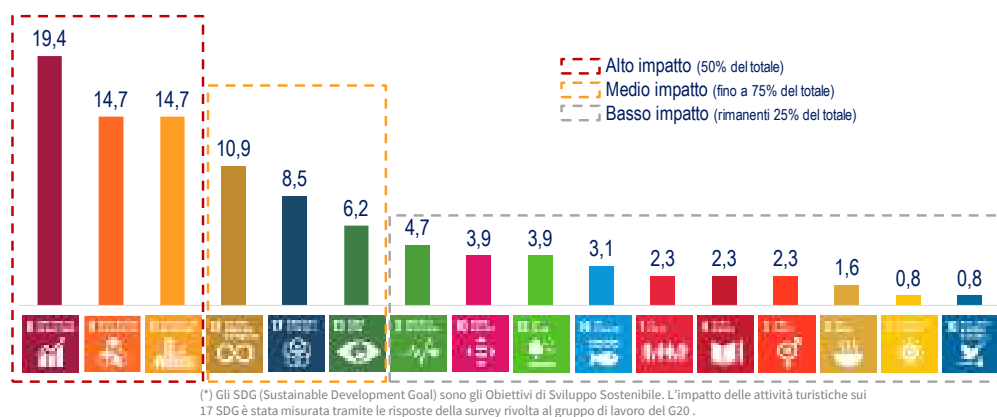


Figura IX. Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'agenda 2030 impattati dal settore del turismo. Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Organizzazione delle Nazioni Unite, 2023.

## 10. Per guidare la transizione sostenibile del settore del turismo italiano nei prossimi anni è necessaria una visione-Paese unificante

- La trasformazione verso un turismo sempre più sostenibile è un **percorso** che ogni singola tipologia di turismo (turismo paesaggistico e culturale, turismo enogastronomico, turismo balneare e costiero, sportivo e outdoor, dei grandi eventi sportivi e culturali) è chiamata ad affrontare. Il turismo sostenibile è da intendere come percorso di sviluppo che:
  - deve favorire **l'equilibrio tra le 3 dimensioni della sostenibilità** (economica, sociale e ambientale);
  - deve evitare qualsiasi **perdita di valore** nei territori (come i fenomeni dell'overcrowding, inquinamento e deplezione);
  - deve garantire la capacità di **perdurare nel tempo** (attraverso strategie di lungo periodo e sviluppo di sinergie intersettoriali).
- Per guidare la transizione del settore del turismo in ottica sempre più sostenibile The European House – Ambrosetti ha identificato una **visione-Paese**, che partendo dai primati **del patrimonio turistico italiano**, **intende lavorare affinché l'Italia possa: “Essere IL Paese di riferimento a livello internazionale per il Turismo Sostenibile”** rappresentando uno stimolo per tutti i settori direttamente o indirettamente coinvolti.
- Per rendere concreta questa visione è necessario agire su **4 dimensioni**, tra loro fortemente interrelate:
  - istituire un **Osservatorio permanente** sul turismo sostenibile che possa tracciare il percorso di sviluppo del settore e coinvolga tutti gli stakeholder appartenenti alla filiera;

- sviluppare una **metrica standard** e condivisa a livello internazionale per la **misurazione del valore economico, sociale e ambientale** del turismo sostenibile e monitorare i progressi dei Paesi;
- porre crescente autorità al concetto di turismo sostenibile nel territorio nazionale dedicandone una **Direzione Generale all'interno del Ministero del Turismo**;
- dare attuazione al **Digital and Sustainable Tourism Hub**, previsto nel Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), centralizzando la differenziata offerta italiana in un unico portale digitale dedicato al turismo sostenibile, anche come vetrina internazionale per tutte le PMI del settore.

## Indice dei contenuti

---

### • Obiettivi, metodologia e cantieri di lavoro

- Lo scenario internazionale del turismo e quali impatti per l'Italia
- Il valore generato dalla filiera del turismo e il contributo alla transizione sostenibile dell'Italia
- Le diverse tipologie di turismo e le sinergie intersettoriali: quali benefici per il sistema-Paese
- Il turismo sostenibile in Italia: quali linee d'azione per il futuro
- Principale bibliografia di riferimento



## Obiettivi del Rapporto Strategico 2023

---

- Analizzare i principali megatrend dello **scenario internazionale del turismo** e gli impatti per l'Italia
- Individuare ed analizzare gli **elementi distintivi che caratterizzano l'offerta turistica italiana**, approfondendo le valenze distintive del patrimonio turistico in Italia
- Approfondire il **valore generato** dalla filiera del turismo in Italia e il suo **contributo alla sostenibilità economica, sociale e ambientale** del Paese
- Analizzare le **ricadute positive del turismo sui territori e ricostruire le filiere collegate all'attività turistica**, a partire dalla relazione sinergica dei settori del dalla relazione sinergica dei settori del turismo e hospitality, dell'enogastronomia, della cultura, dello sport e outdoor, della salvaguardia ambientale
- Formulare **raccomandazioni** e **indirizzi di azione** per il turismo sostenibile in Italia nei prossimi anni



## Un ringraziamento ai Partner dell'iniziativa

### REGIONE VENETO

**Luca Zaia** (Presidente)

**Federico Caner** (Assessore a Fondi UE, Turismo, Agricoltura e Commercio estero, Regione Veneto)

**Cristiano Corazzari** (Assessore a Territorio, Cultura, Sicurezza, Flussi migratori, Caccia e pesca e con deleghe allo Sport, Regione Veneto)

### ASSOCIAZIONE PER IL PATRIMONIO DELLE COLLINE DEL PROSECCO DI CONEGLIANO E VALDOBBIADENE

**Marina Montedoro** (Presidente)

**Giuliano Vantaggi** (Site Manager)

**Monica Zoppas** (Assistant)

**Mattia Pepe** (Assistant)

**Veronica Civiero** (Social media manager)

**Francesca Bagliolid** (Social media manager)

**JOYA Pr** (Communication Agency)

### CONSORZIO DI TUTELA DEL PROSECCO DOC

**Stefano Zanette** (Presidente)

**Luca Giavi** (Direttore Generale)

**Tanja Barattin** (Responsabile Area Promozione)

**Flavia Dalla Nora** (Area Promozione)

**Arianna Pizzolato** (Area Promozione)

### CONSORZIO DI TUTELA CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO DOCG

**Elvira Bortolomiol** (Presidente)

**Diego Tomasi** (Direttore Generale)

**Renata Toninato** (Public relations and Communications manager)



## Il Gruppo di Lavoro The European House - Ambrosetti

### THE EUROPEAN HOUSE - AMBROSETTI

- **Benedetta Brioschi** (Associate Partner e Responsabile Food&Retail e Sustainability)
- **Oreste Poli** (Partner e Area Leader, Veneto, Trentino-Alto Adige e Friuli Venezia Giulia)
- **Alessandra Bracchi** (Consultant, Project Coordinator)
- **Giulia Tomaselli** (Consultant)
- **Alberto Maria Gilardi** (Analyst)
- **Giulio Durazzo** (Analyst)
- **Roberta Braccio** (Assistant)
- **Clara Pavesi** (Event manager)
- **Irene Brignoli** (Event manager)



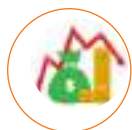
## Le metodologie utilizzate per la realizzazione del Rapporto Strategico



Analisi della **letteratura di riferimento** sul settore del Turismo



Analisi dei **principali trend di cambiamento dello scenario** internazionale di riferimento e quali impatti per il turismo in Italia



Elaborazione dei principali **indicatori socio-economici** che descrivono il ruolo del turismo provenienti dai **database** di riferimento a livello territoriale e nazionale (es. Istat, ENIT, Mediobanca, Aida, ecc.)



**Ricostruzione del valore del settore del turismo in Italia, della filiera allargata** e calcolo del **moltiplicatore economico e occupazionale** di riferimento, a partire dalle tabelle di interdipendenza settoriale di Istat



Analisi del **contributo della filiera del turismo italiana alla sostenibilità** economica, sociale e ambientale del Paese e **l'impatto sugli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile** dell'Agenda ONU 2030



Approfondimento di **casi benchmark internazionali** sul turismo sostenibile, rilevanti per le attività future di promozione e visibilità del Paese

TEHA



## La struttura dell'iniziativa e i cantieri di lavoro



### Turismo sostenibile e patrimonio del territorio: quali sinergie e quali impatti economici e sociali

#### Lo scenario di riferimento per il settore del turismo

Analisi dei **principali megatrend dello scenario internazionale del turismo** e gli impatti per l'Italia

#### La fotografia del settore e il suo contributo alla sostenibilità

Analisi degli **elementi distintivi** che caratterizzano l'offerta turistica italiana e **ricostruzione del valore generato** dalla filiera del turismo e il suo **contributo alla sostenibilità** economica, sociale e ambientale

#### Le sinergie intersettoriali

Quantificazione delle **ricadute positive** del turismo sui territori e **ricostruzione delle filiere collegate** all'attività turistica, a partire dalla relazione sinergica dei settori del turismo e hospitality, dell'enogastronomia, della cultura, dello sport e outdoor, della salvaguardia ambientale

#### Le linee d'azione per il futuro

Formulazione di **raccomandazioni e indirizzi di azione** per implementare la visione di turismo sostenibile in Italia nei prossimi anni

Casi benchmark internazionali

Casi benchmark internazionali

### Rapporto Strategico

Evento finale di presentazione (13 novembre 2023 a Castelbrando, Treviso)

TEHA





## Indice dei contenuti

- Obiettivi, metodologia e cantieri di lavoro
- **Lo scenario internazionale del turismo e quali impatti per l'Italia**
- Il valore generato dalla filiera del turismo e il contributo alla transizione sostenibile dell'Italia
- Le diverse tipologie di turismo e le sinergie intersettoriali: quali benefici per il sistema-Paese
- Il turismo sostenibile in Italia: quali linee d'azione per il futuro
- Principale bibliografia di riferimento

**TEHA**



## Lo scenario economico italiano e le sfide per il settore del turismo



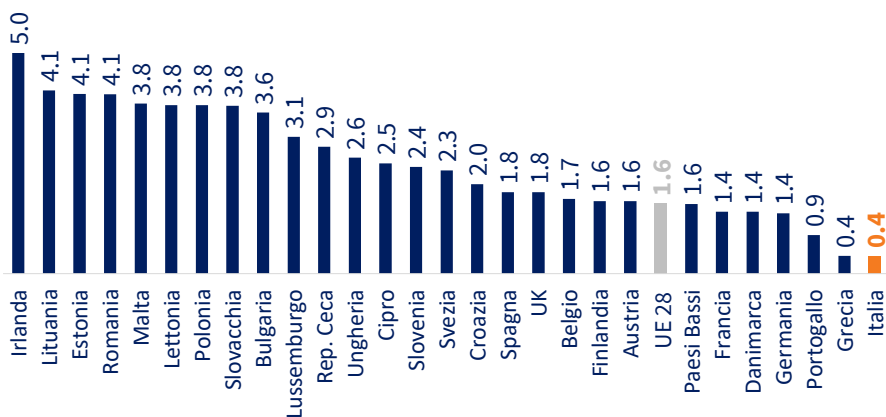
**TEHA**

(\*) Le Energie del Sistema (produttività multifattoriale) indicano il contributo alla crescita derivante dall'ecosistema-Paese.  
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti, 2023



## Dal 2000 l'Italia è stata il «vagone» più lento dell'Unione Europea

Crescita media del PIL nei Paesi UE tra il 2000 e il 2019 (var. %), 2000-2019



- Nel **2000**, il PIL dell'Italia era pari al **65%** della Germania e al **91%** della Francia
- Nel **2019**, era invece pari al **53%** della Germania e al **74%** della Francia

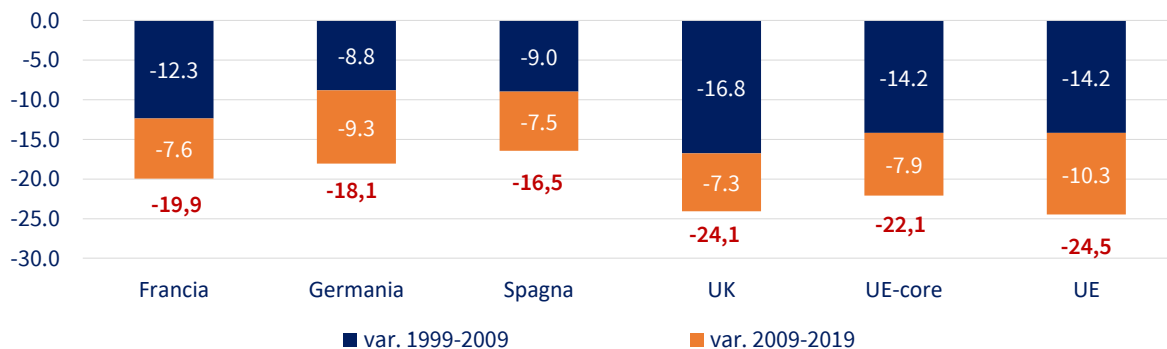


Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Fondo Monetario Internazionale, 2023



## Tra i motivi: la produttività dell'Italia più bassa di tutti i competitor

Differenziale nella crescita della Produttività, Italia vs. benchmark UE  
(differenziale cumulato in punti percentuali), 1999-2019



N.B. Il cluster UE-core include (oltre all'Italia): Austria, Belgio, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Lussemburgo, Norvegia, Paesi Bassi, Portogallo, Spagna, Svezia, Svizzera e Regno Unito.

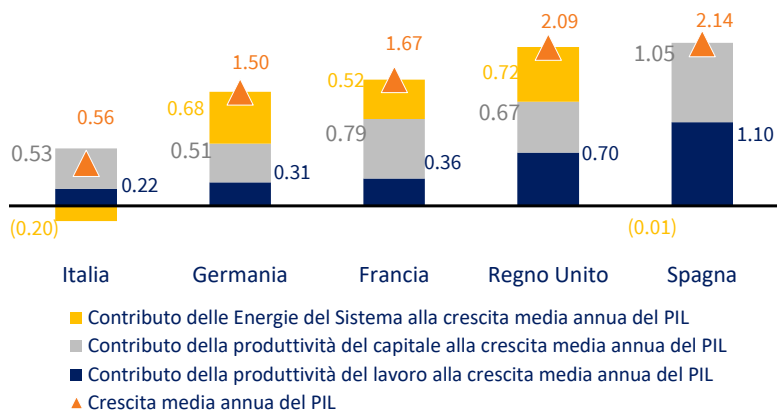


Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati OECD e Istat, 2023



## In particolare le “Energie del Sistema” hanno dato un contributo negativo

**Contributo delle diverse componenti della produttività alla crescita media annua del PIL (valori percentuali), 1995 - 2019**



Le **Energie del Sistema** (produttività multifattoriale) indicano il **contributo alla crescita derivante dall'ecosistema-Paese**: formazione, allocazione del capitale umano, digitalizzazione, attenzione per la sostenibilità, efficienza della P.A., ecc.

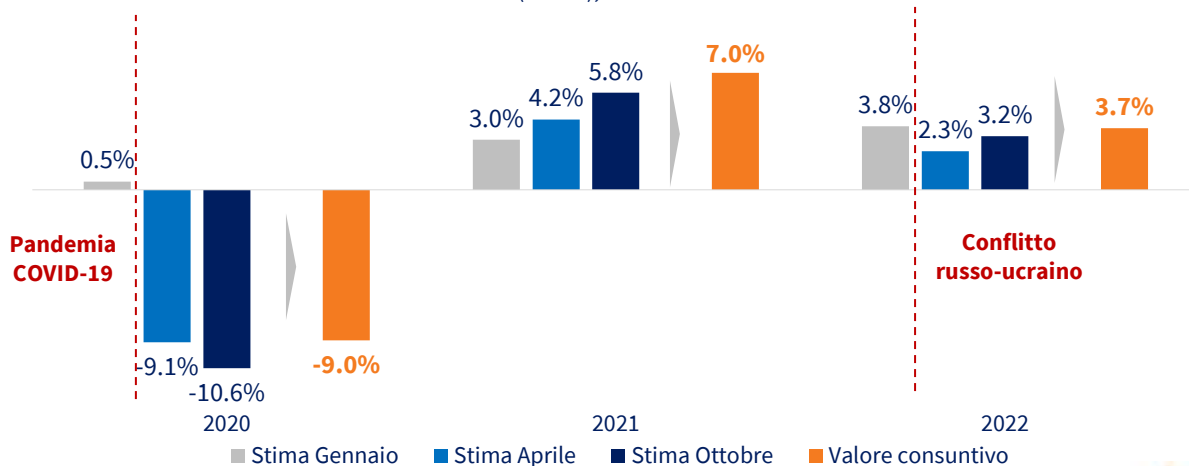
TEHA

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati OECD e Istat, 2023



## Tuttavia, nell'ultimo biennio, il PIL italiano a consuntivo ha sempre superato le previsioni di crescita rilasciate in corso d'anno dall'IMF

**Tasso di crescita PIL reale in Italia, stimato e a consuntivo (var. %), 2020-2022**



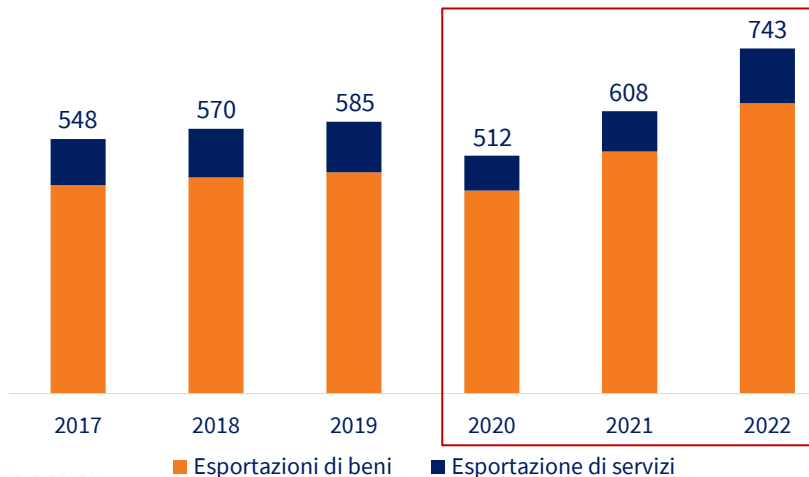
TEHA

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Fondo Monetario Internazionale e Istat, 2023



## Nello stesso periodo, anche le esportazioni sono tornate a crescere, raggiungendo nel 2022 il valore record di 743 miliardi di Euro

**Esportazioni italiane di beni e servizi**  
(valori in miliardi di Euro), 2017-2022



- Tra il 2020 e il 2022 le **esportazioni italiane di beni e servizi** sono aumentate del **+45%**
- Le esportazioni di **beni** sono passate da **€ 437 mld a € 625 mld** (+43%), quelle di **servizi** da **€ 75 mld a € 118 mld** (+53%)

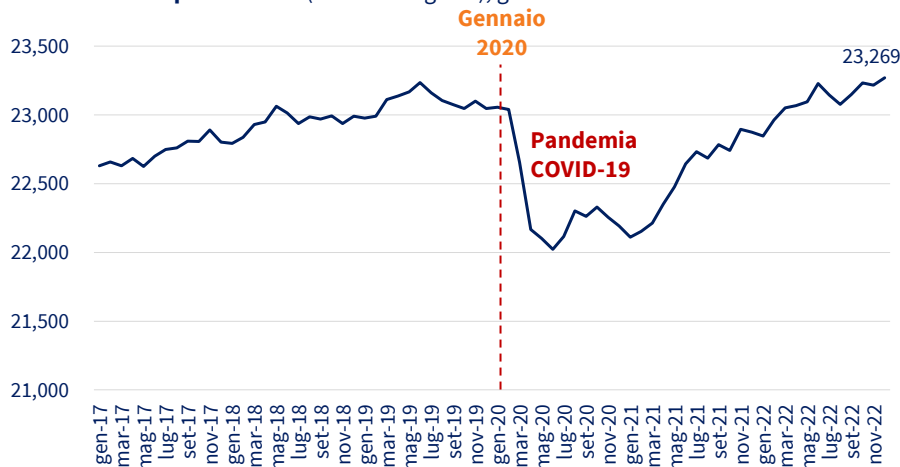
**TEHA**

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati SACE, 2023



## Anche a livello occupazionale il Paese è in ripresa: a fine 2022, l'occupazione ha recuperato i valori pre COVID-19

**Occupati in Italia** (valori in migliaia), gennaio 2017 - dicembre 2022



- **+464.000 contratti a tempo indeterminato** e -47.000 a tempo determinato
- Occupazione **giovanile** (25-34 anni) **in miglioramento**, anche se inferiore al massimo storico di giugno 2008 (**1,5 mln** di lavoratori giovani in meno)

**TEHA**

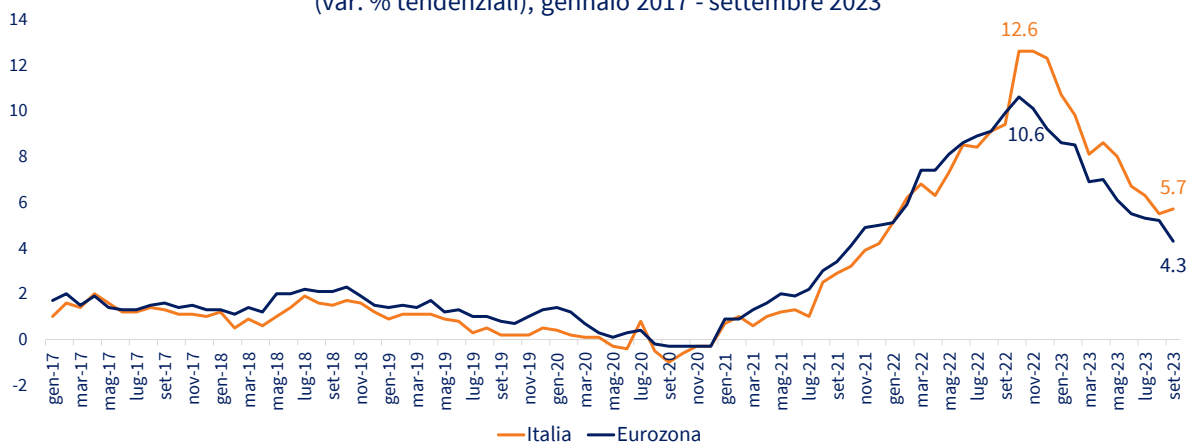
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat, 2023



## Quali prospettive per lo sviluppo del sistema-Italia? Una fotografia a luci e ombre

**A seguito del picco di dicembre 2022, la pressione inflattiva è in progressiva riduzione, ma rimane un punto critico di attenzione**

**Indice armonizzato dei prezzi al consumo in Italia e nell'Eurozona**  
(var. % tendenziali), gennaio 2017 - settembre 2023

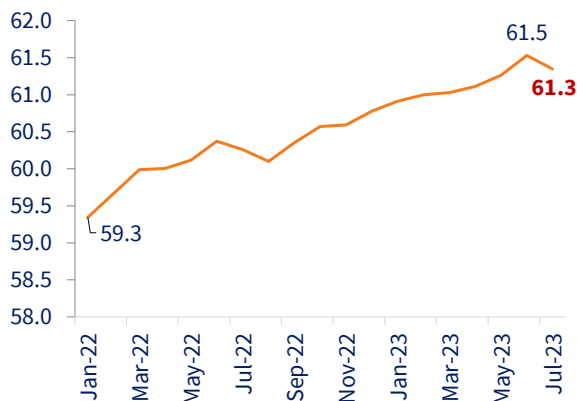


## Nell'ultimo trimestre, l'Italia ha registrato una contrazione (inattesa) del PIL e del tasso di occupazione

**Variazioni percentuali del PIL sul trimestre precedente** (variazioni %), gennaio 2019 - luglio 2023



**Tasso di occupazione della popolazione tra i 15 e i 64 anni**, (valori %), gennaio 2022 - luglio 2023

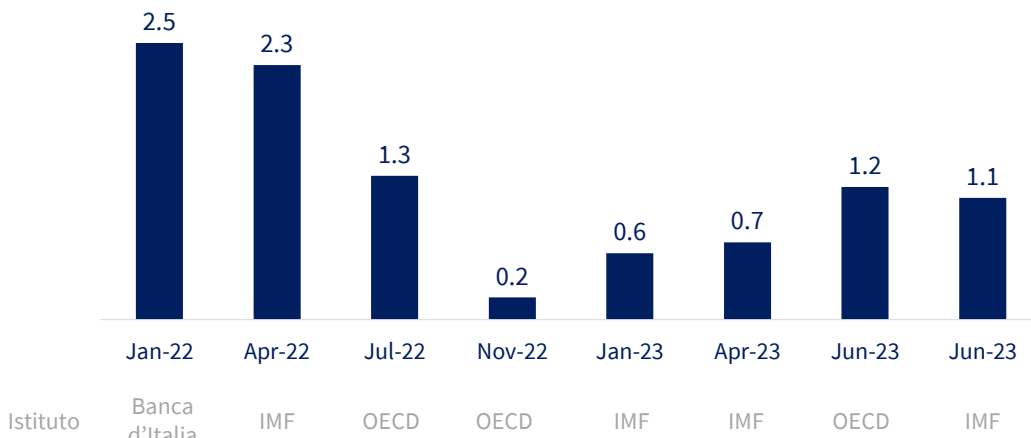


Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat, 2023



## Le previsioni di andamento del PIL italiano per il 2023 sono state riviste al ribasso (dopo una precedente revisione al rialzo significativa)

**Andamento delle previsioni del PIL per l'Italia nel 2023, confronto**  
(proiezioni da gennaio 2022 a giugno 2022, punti percentuali)

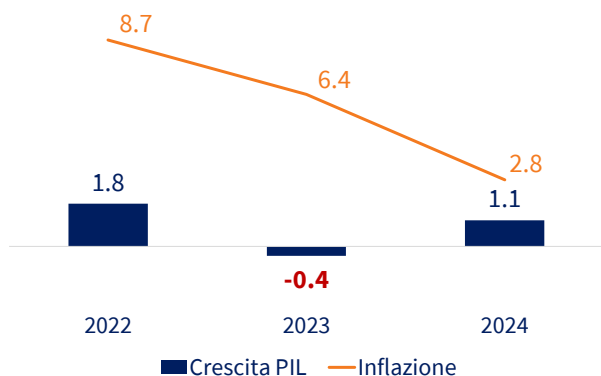


Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Banca d'Italia, IMF e OCSE, 2023



## Uno dei potenziali problemi per l'Italia (e l'Europa): il rallentamento della Germania, motore dell'economia europea

### Variazione del PIL e dell'inflazione in Germania e nell'UE, (var. %, anno su anno), 2022-2023<sup>e</sup>-2024<sup>e</sup>



- Da gennaio 2023, gli indicatori di fiducia per il **settore manifatturiero** tedesco hanno registrato una **tendenza al ribasso**
- Lo **shock dei prezzi dell'energia** in seguito alla guerra in Ucraina ha colpito duramente il Paese e alcune filiere produttive chiave (siderurgia, chimica, ecc.)
  - Dopo lo shock, i **livelli dei prezzi dell'energia sono rimasti elevati** rispetto a quelli di altri luoghi di produzione, soprattutto al di fuori dell'Europa, con un impatto negativo sulla competitività della Germania
- La **Germania** è il più importante **partner commerciale** per l'Italia: è il **primo Paese al mondo di destinazione dei prodotti italiani**

TEHA

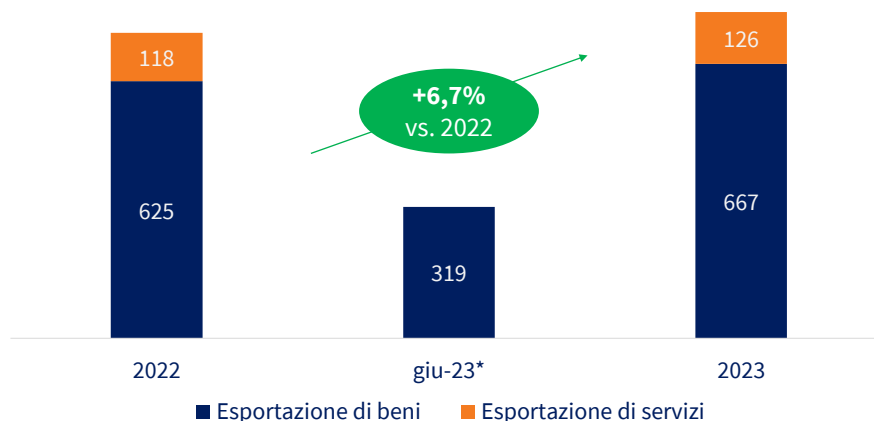
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Commissione Europea, 2023



## Tuttavia le previsioni confermano il trend di crescita continuo dell'export italiano...

### Esportazioni italiane di beni e servizi

(valori in miliardi di Euro), 2022 - giugno 2023 e 2023



(\*) Per la presenza limitata di dati, a giugno 2023 verrà riportato solo il valore delle esportazioni di beni.

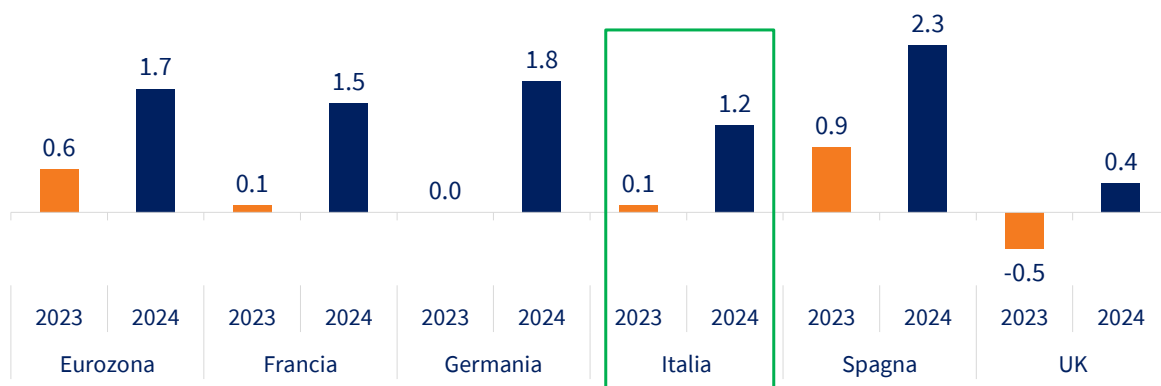
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati SACE e Coeweb, 2023

TEHA



## ...accompagnato da una ripartenza dei consumi privati post fase pandemica (ma su valori più bassi tra i Paesi dell'Eurozona)

Tasso di variazione dei consumi nei principali Paesi dell'Eurozona e UK  
(var. % anno su anno, p.p.), 2023<sup>e</sup> -2024<sup>e</sup>



TEHA

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su fonti varie, 2023



## Il turismo al centro dei grandi fattori di cambiamento dello scenario italiano e internazionale

All'interno dello scenario altalenante dell'economia italiana degli ultimi 20 anni, il **turismo è stato al centro delle forze di cambiamento** del triennio passato.

In particolare, il settore ha dovuto rispondere a:

- 1** Freno agli spostamenti e lockdown delle attività produttive durante la crisi pandemica da COVID-19
- 2** Inflazione energetica e crescita dei costi del carburante
- 3** Rimbalzo inflattivo delle attività turistiche
- 4** Ricerca di mete meno costose da parte dei turisti

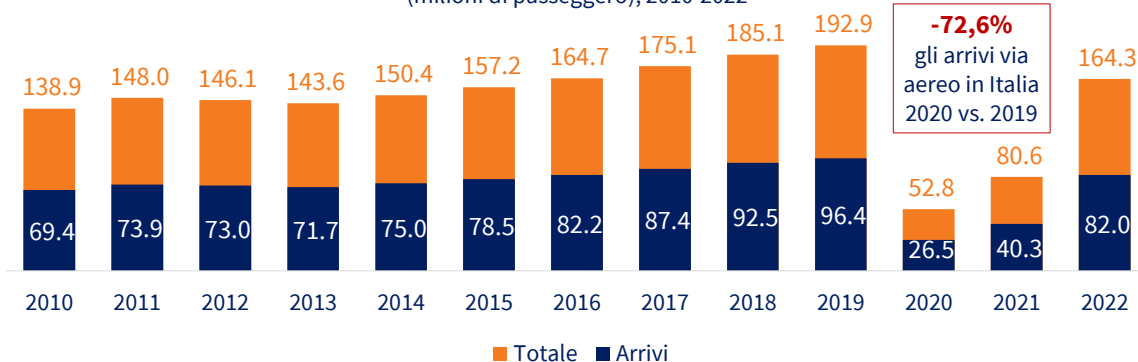
TEHA





## 1 I lockdown e lo stop ai viaggi del 2020 ha causato una perdita di passeggeri via aereo pari a 70 milioni di arrivi in Italia

**Passeggeri totali e passeggeri atterrati in Italia via aereo**  
(milioni di passeggero), 2010-2022



I lockdown e le chiusure internazionali a causa della pandemia COVID-19 hanno fatto perdere all'Italia **-70 milioni di arrivi** di passeggeri negli aeroporti del Paese dal 2019 al 2020. La ripresa del 2022 non ha ancora raggiunto i livelli pre-COVID

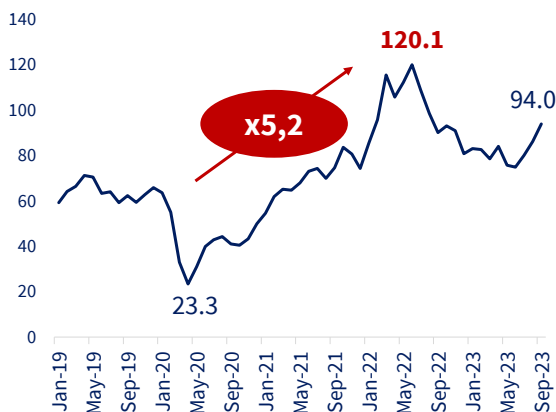


Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat, 2023

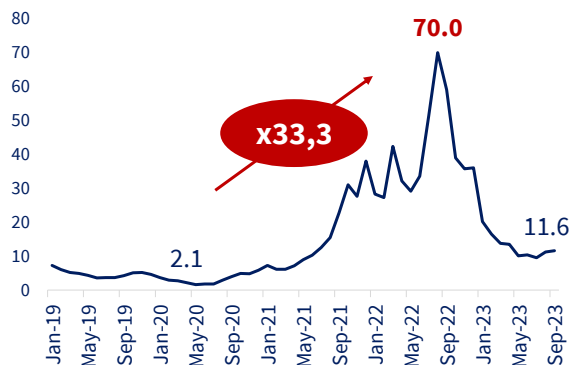


## 2 La crisi energetica ha comportato una crescita dei prezzi del petrolio di x5 e del gas naturale di x33 rispetto ai due anni precedenti

**Prezzo del petrolio (\$/barile),**  
gennaio 2019 – settembre 2023



**Prezzo del gas naturale in Europa**  
(\$/mmbtu), gennaio 2019 – settembre 2023

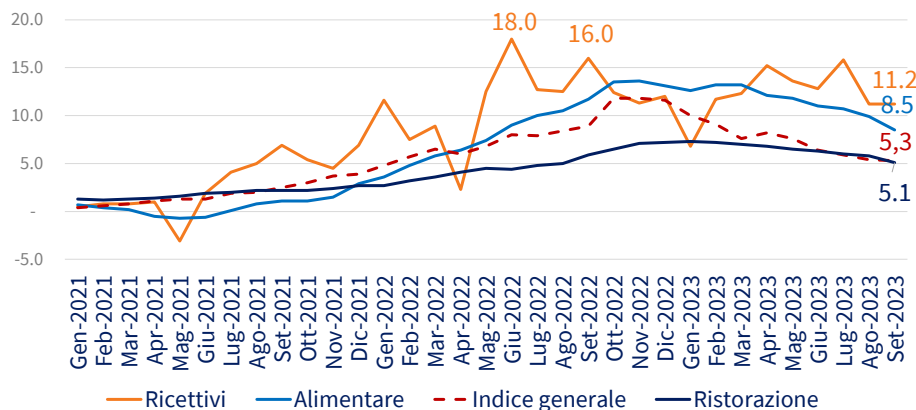


Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati World Bank, 2023



### 3 I servizi ricettivi e alberghieri hanno subito l'inflazione più alta registrata in Italia, raggiungendo +18,0% a giugno 2022

**Indice armonizzato dei prezzi al consumo in Italia per l'intera economia, per alimentazione, ristorazione e servizi ricettivi (var. % tendenziali), gennaio 2021 - settembre 2023**



Le attività alberghiere sono state il settore a raggiungere l'**inflazione più alta** in Italia nell'estate del 2022 e mantengono ad oggi una crescita mensile a **doppia cifra**

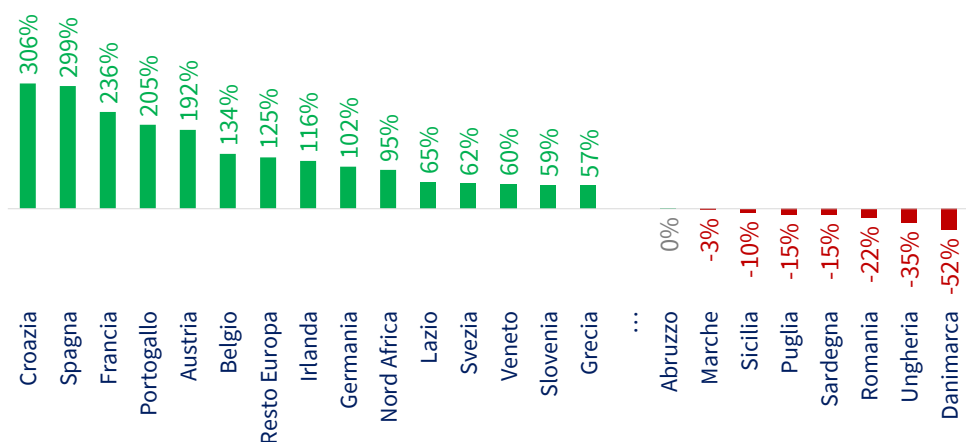


Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat, 2023



### 4 Nel 2022 i turisti italiani si sono orientati verso mete internazionali meno costose, a discapito di destinazioni storiche come la Sardegna

**Variazione della scelte di mete turistiche in Italia e nel mondo da parte dei turisti italiani (var. %), 2022 vs. 2021**



Già nel 2022, con un rinnovato desiderio di viaggiare, gli italiani hanno scelto maggiormente **mete estere**, ma anche **abbandonato le mete italiane più costose**



Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat, 2023



## Lazio e Veneto hanno incrementato maggiormente le presenze turistiche nel 2022, riuscendo a competere con la riapertura delle mete internazionali

4

**Variatione della scelte di mete turistiche in Italia da parte dei turisti italiani (var. %), 2022 vs. 2021**



N.B. Sono stati rimossi Valle d'Aosta e Molise.  
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat, 2023



## Indice dei contenuti

- Obiettivi, metodologie e cantieri di lavoro
- Lo scenario internazionale del turismo e quali impatti per l'Italia
- **Il valore generato dalla filiera del turismo e il contributo alla transizione sostenibile dell'Italia**
- Le diverse tipologie di turismo e le sinergie intersettoriali: quali benefici per il sistema-Paese
- Il turismo sostenibile in Italia: quali linee d'azione per il futuro
- Principale bibliografia di riferimento



## Una premessa metodologica: la differenza tra arrivi e presenze turistiche

Nei database utilizzati per le successive analisi (es. Istat, UNWTO e Eurostat) è essenziale **distinguere due concetti** fondamentali: **presenze** e **arrivi di turisti** sul territorio nazionale



- Gli **arrivi turistici** vengono definiti come il **numero complessivo di clienti**, sia italiani che stranieri, ospitati in strutture ricettive nel periodo considerato



- Le **presenze di turisti** vengono definite come il **numero delle notti trascorse dai clienti**, italiani e stranieri, negli esercizi ricettivi

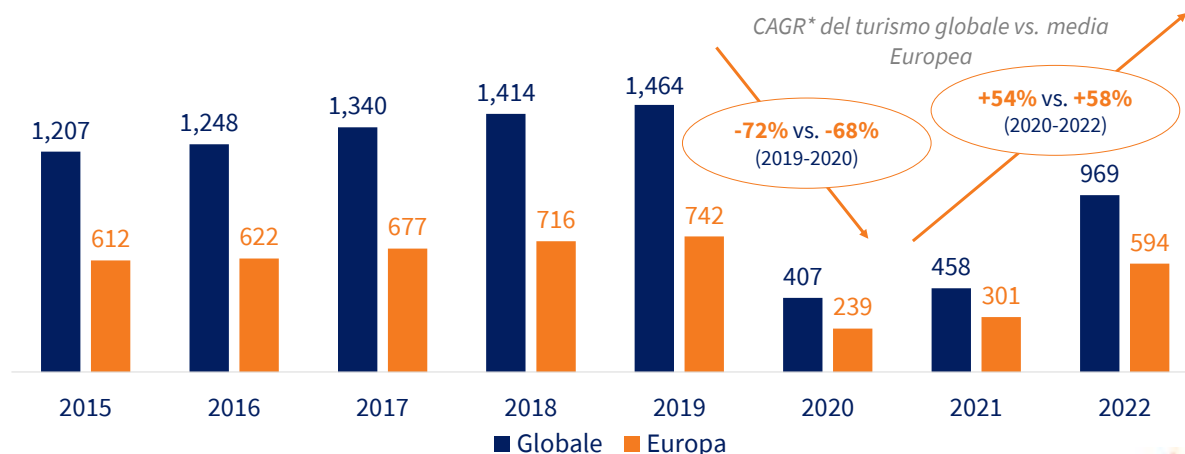
**TEHA**

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su Glossario Istat, 2023



## Il turismo globale registra una performance in ripresa dopo la pandemia e l'Europa sovraperforma le altre destinazioni internazionali

**Arrivi di turisti nel mondo e in Europa**  
(milioni di arrivi), 2015-2022



**TEHA**

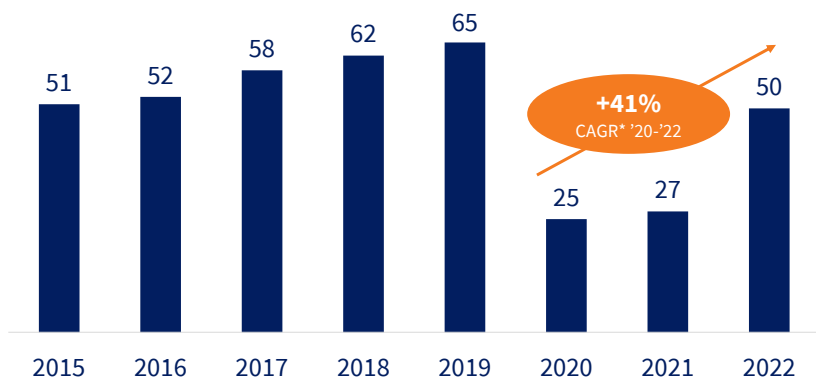
(\*) CAGR: Tasso medio annuo di crescita composto.

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat, 2023

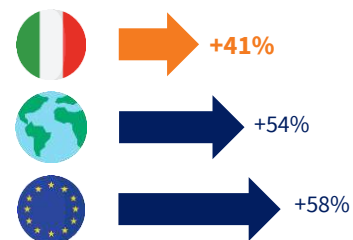


## In Italia gli arrivi turistici non sono ancora ritornati ai livelli pre-COVID, anche se si registra un trend positivo, ma al di sotto della media europea

**Arrivi di turisti in Italia**  
(milioni di arrivi), 2015-2022



**Confronto sulla crescita post-pandemia**  
(CAGR\* 2020-2022)



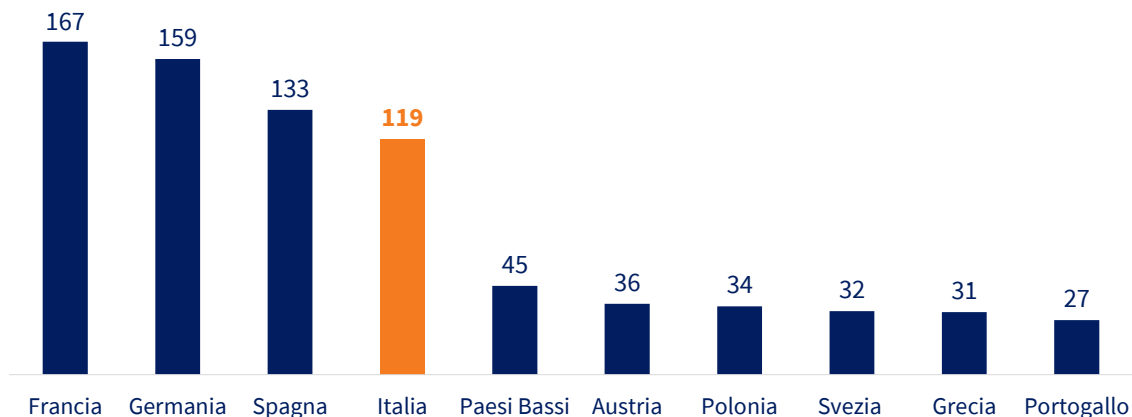
**TEHA**

(\*) CAGR: Tasso medio annuo di crescita composto.  
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati UNWTO, 2023



## Con 119 milioni di arrivi turistici nel 2022, l'Italia si posiziona al 4° posto tra i Paesi dell'Unione Europea...

**Primi 10 Paesi UE-27 per arrivi turistici** (milioni di arrivi), 2022



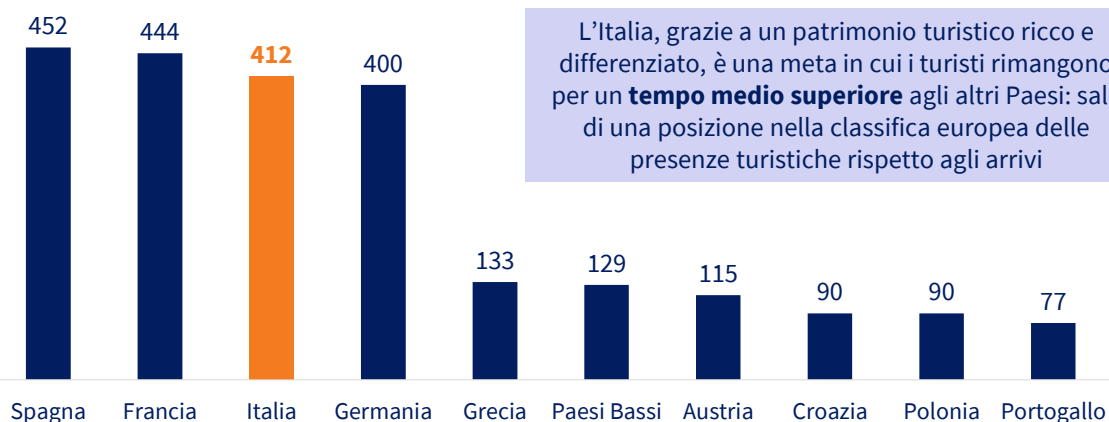
**TEHA**

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Eurostat, 2023



## ...ed è al 3° posto per presenze turistiche

Primi 10 Paesi UE-27 per presenze turistiche (milioni di presenze), 2022



L'Italia, grazie a un patrimonio turistico ricco e differenziato, è una meta in cui i turisti rimangono per un **tempo medio superiore** agli altri Paesi: sale di una posizione nella classifica europea delle presenze turistiche rispetto agli arrivi

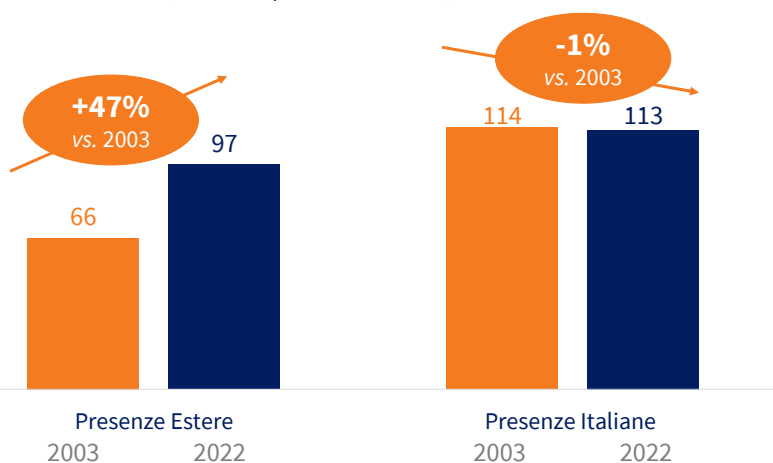


Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Eurostat, 2023



## Le presenze estere trainano la crescita del turismo in Italia: +47% negli ultimi 20 anni nel periodo estivo e +44% guardando a tutto l'anno

Presenze turistiche estere e Italiane durante la stagione estiva (milioni di presenze e var. %), 2003 vs. 2022



Guardando al turismo durante tutto l'anno dal 2003 le presenze turistiche estere sono **aumentate del 44%** mentre quelle Italiane sono solo **aumentate del 3%**



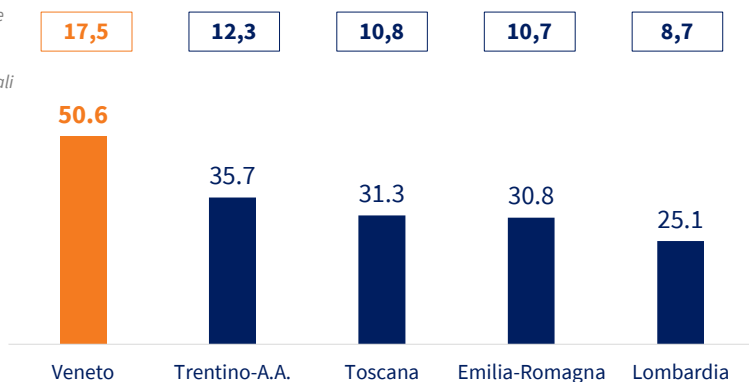
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat, 2023



## Nel contesto italiano, la Regione Veneto è la 1° in Italia per presenze turistiche (17,5% del totale)

### Prime 5 Regioni italiane per presenze turistiche italiane e internazionali (milioni di presenze), 2021

Incidenza sul totale delle presenze italiane e internazionali nel Paese (valori %)



Oltre a posizionarsi come **1ª Regione in Italia** per attrattività turistica nel 2021, il turismo in Veneto è cresciuto **più della media italiana** nel periodo 2015-2019 (+12,6% vs. +11,1%) e ha vissuto la **3ª miglior ripresa post-pandemica** nel periodo 2020-2021



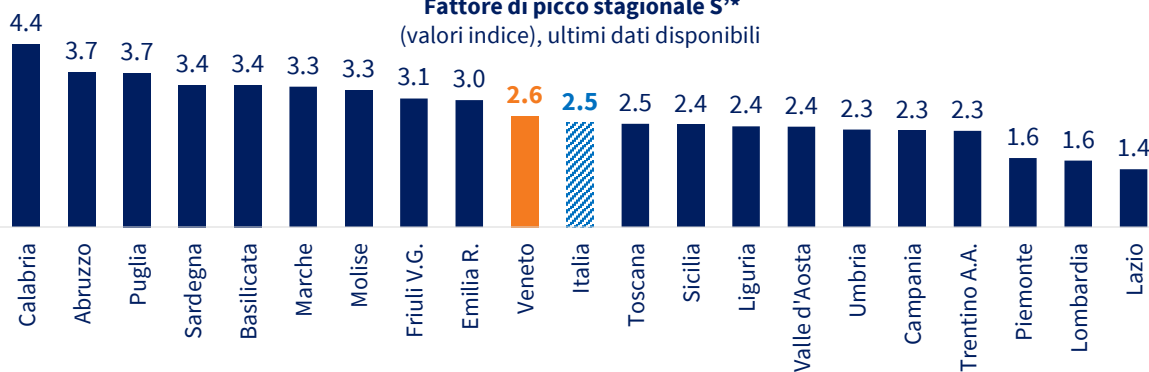
N.B. Ultimi dati disponibili a livello regionale.  
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat, 2023



## Nella Regione i flussi turistici sono ben distribuiti durante l'anno, contenendo il fenomeno dell'elevata stagionalità

### Fattore di picco stagionale S\*\*

(valori indice), ultimi dati disponibili



### I problemi legati alla stagionalità:

- **Elevata congestione** nel periodo di picco che contribuisce al fenomeno dell'«**over-tourism**»
- Difficoltà da parte delle strutture nel **ripartire le spese** annuali/costi fissi a fronte di una domanda stagionale

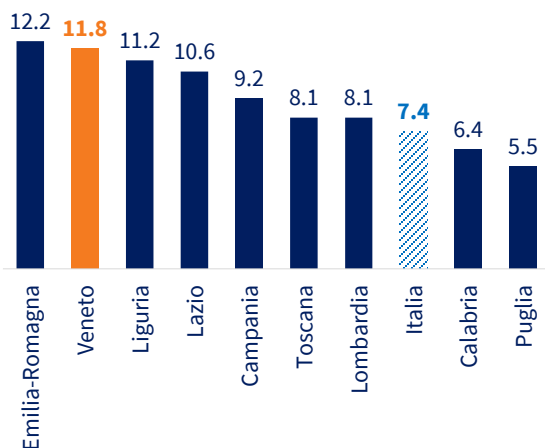
(\*) Misura di stagionalità che elimina le distorsioni dovute alla volatilità delle presenze minime: Presenze max registrate/Presenze medie. I valori più bassi sono associati ad una minor stagionalità annuale del turismo.

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat, 2023

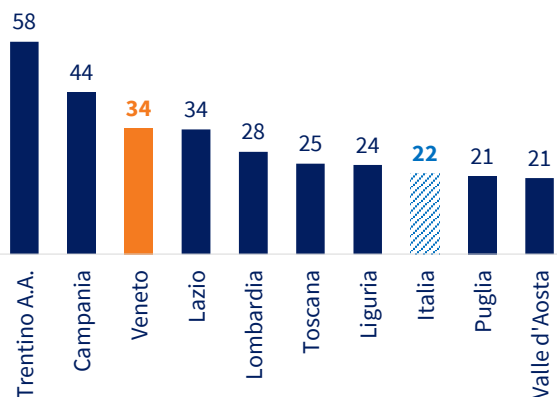


## Il Veneto può contare su un'offerta ricettiva ampia e di livello elevato

**Densità degli esercizi ricettivi nelle prime 10 Regioni italiane (posti letto/km<sup>2</sup>), 2020**



**Numero di esercizi alberghieri a 4 e 5 stelle e 5 stelle lusso nelle prime 10 Regioni italiane (numero di esercizi/1.000 km<sup>2</sup>), 2020**



Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat, 2023



## Il patrimonio turistico italiano può contare su numerosi fattori di attrattività: i 10 primati del turismo italiano



**1° Paese al mondo per numero di siti UNESCO (59)**, +2 rispetto al 2° Paese (Cina) e +7 rispetto al 3° (Germania)



**10° Paese al mondo per il numero di tradizioni riconosciute come Patrimonio Culturale Immateriale (16)**



**3° Paese al mondo per numero di città creative (13\*)**, riconosciute per cultura e creatività per lo sviluppo urbano sostenibile, dopo la Cina (17) e UK (14)



**1° Paese in Europa per numero di prodotti certificati con 852 denominazioni (527 produzione vitivinicola e 325 alimentare)**, +141 rispetto al 2° Paese (Francia)



**2° Paese al mondo per ampiezza del patrimonio artistico e culturale (4.976 musei, monumenti e siti archeologici)**, dopo la Germania (~6.800)



**1° destinazione enogastronomica al mondo: 29,3% dei turisti stranieri definisce la tradizione culinaria un motivo di attrattività del Paese**



**2° Paese in Europa per numero di Geoparchi\*\*(11)**, dopo la Spagna (12)



**5° Paese in Europa per diversità nell'offerta degli alloggi turistici (intesa come varietà nella disposizione delle infrastrutture di accoglienza come città, aree costali, aree rurali, aree naturali, ecc.)**



**3° Paese in Europa per siti premiati con Bandiera Blu (458)**, con 6 delle 20 più belle spiagge d'Europa, dopo Spagna (629) e Grecia (596)



**1° Paese, a pari merito con la Francia, per il numero di paesaggi culturali riconosciuti dall'UNESCO (8)**



(\*) Bologna, Fabriano, Torino, Roma, Parma, Milano, Pesaro, Carrara, Alba, Biella, Bergamo, Como, Modena. (\*\*) I Geoparchi sono singole aree geografiche i cui siti e paesaggi di valore geologico internazionale vengono gestiti secondo un concetto olistico di protezione, educazione, sviluppo sostenibile. Nei Geoparchi la conservazione viene combinata con lo sviluppo sostenibile e coinvolge le comunità locali con lo scopo di creare una collaborazione e scambiare esperienze anche tra i visitatori.

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su fonti varie, 2023





## Il turismo si conferma un asset strategico per la competitività del Paese, in crescita dal 2015



**€19 mld**

Fatturato (2022)  
**+9% vs. 2015**



**€7 mld**

Valore Aggiunto (2022)



**293.000**

Occupati (2022)  
**+3,2% vs. 2015**



**24.275**

Imprese (2022)  
**+1,8% vs. 2015**



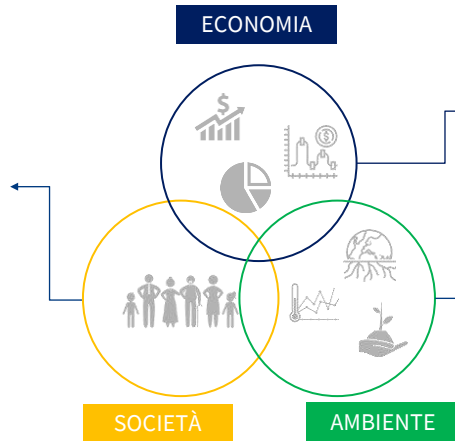
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat, AIDA e Infocamere, 2023



Oltre a rappresentare un asset strategico fondamentale per la competitività dell'Italia, il turismo offre un **contributo strategico alla transizione sostenibile**, con un impatto significativo sulla **sostenibilità economica, sociale e ambientale** del Paese

## L'approccio tridimensionale alla sostenibilità di The European House - Ambrosetti

Capacità di garantire **condizioni di benessere umano e felicità** (sicurezza, salute, istruzione) equamente distribuite per **classi e per genere**



Capacità di un sistema economico di generare una **crescita duratura degli indicatori economici** e di produrre e mantenere all'interno del territorio il massimo del **Valore Aggiunto** combinando efficacemente le risorse nel rispetto dei vincoli ambientali

Capacità di massimizzare nel tempo l'utilizzo delle risorse naturali senza pregiudicarne la **capacità rigenerativa**, favorendo lo sfruttamento di **risorse rinnovabili** e la transizione verso forme di **economia circolare**

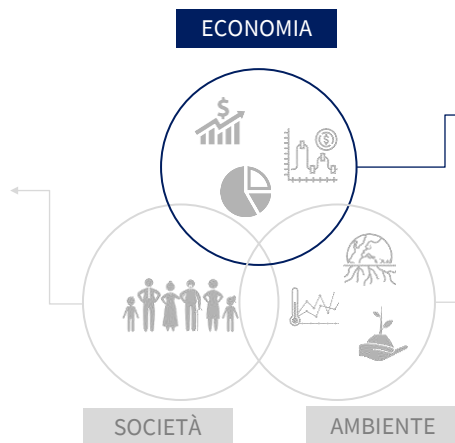


Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti, 2023



## L'approccio tridimensionale alla sostenibilità di The European House - Ambrosetti: il contributo alla sostenibilità economica

Capacità di garantire **condizioni di benessere umano e felicità** (sicurezza, salute, istruzione) equamente distribuite per **classi e per genere**



Capacità di un sistema economico di generare una **crescita duratura degli indicatori economici** e di produrre e mantenere all'interno del territorio il massimo del **Valore Aggiunto** combinando efficacemente le risorse nel rispetto dei vincoli ambientali

Capacità di massimizzare nel tempo l'utilizzo delle risorse naturali senza pregiudicarne la **capacità rigenerativa**, favorendo lo sfruttamento di **risorse rinnovabili** e la transizione verso forme di **economia circolare**



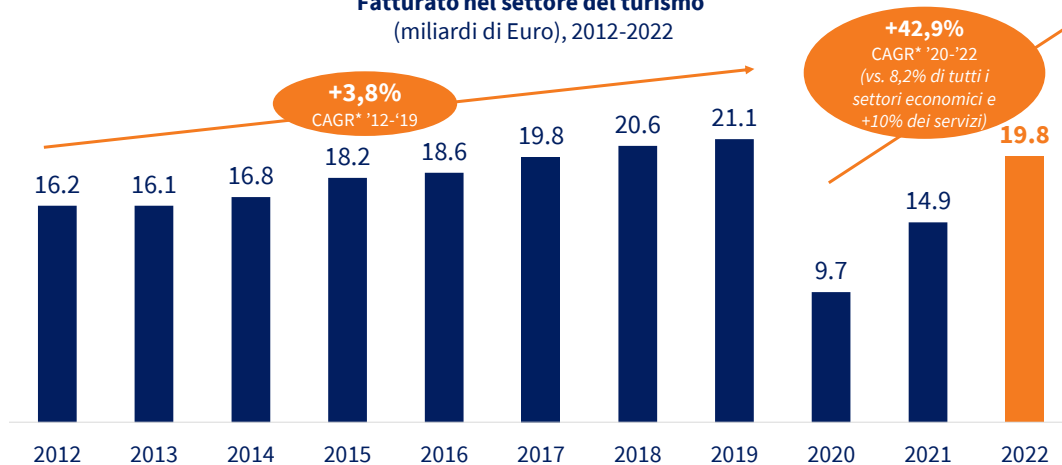
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti, 2023



## Con 19,8 miliardi di fatturato, il turismo ha registrato una crescita superiore all'Italia (+8,2%) e i servizi (+10%) nel periodo post-pandemia

ECONOMICA

**Fatturato nel settore del turismo**  
(miliardi di Euro), 2012-2022



TEHA

(\*) CAGR: Tasso medio annuo di crescita composto.

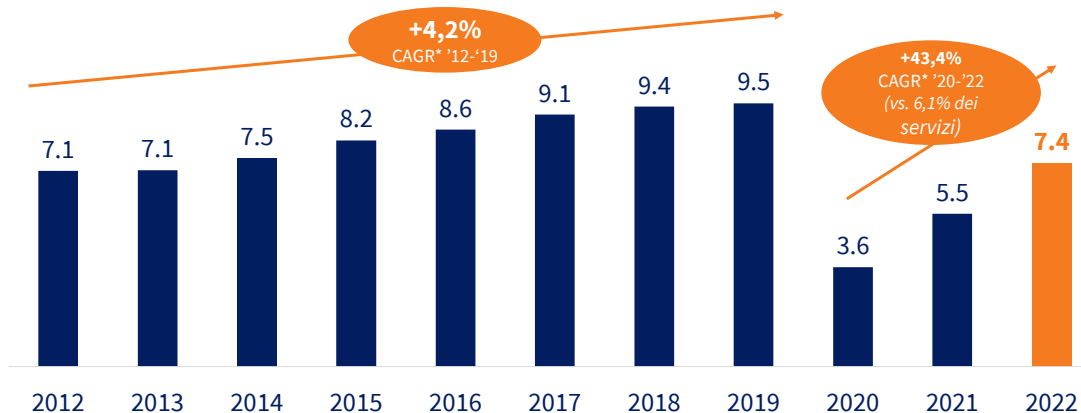
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat e AIDA, 2023



## Il Valore Aggiunto del turismo dal 2020 ha registrato una crescita superiore rispetto a quella dei servizi (+6,1%)

ECONOMICA

**Valore Aggiunto nel settore del turismo**  
(miliardi di Euro), 2012-2022



TEHA

(\*) CAGR: Tasso medio annuo di crescita composto.

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat, 2023



## L'approccio input-output consente di misurare il contributo del settore turistico alla crescita economica e sociale di un Paese

ECONOMICA

*“Input-output matrix is constructed on the simple idea that goods and services produced by economic sectors should be registered in a table simultaneously by origin and by destination” (OECD, 2006)*

- L'approccio input-output è stato costruito **analizzando statisticamente le interazioni tra i settori industriali di una nazione**
- Le matrici input-output offrono una **rappresentazione schematica delle relazioni interne determinate dalla produzione e dalla circolazione** (acquisti e vendite) **dei beni tra i vari settori in cui si articola un sistema economico**, ed **esterne** tramite le importazioni e le esportazioni
- Ogni impresa operante in un settore produttivo **produce un output** acquistando e combinando insieme alcuni input provenienti da altre industrie/settori produttivi

### OBIETTIVI

1. **Costruire una rappresentazione dei flussi in ingresso e in uscita** tra i settori economici, le istituzioni e le famiglie in una economia di scambio
2. **Stimare l'impatto in termini monetari e di unità di lavoro** sui settori/branche di attività fornitrici rispetto a cambiamenti della produzione di uno specifico settore o branca di attività a seguito di un incremento della domanda registrato nel medesimo settore
3. **Stimare ex ante e valutare ex post la reattività di un sistema economico** a seguito dell'implementazione di **provvedimenti di stimolo all'economia** da parte del Governo o delle amministrazioni locali



Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti, 2023



## The European House - Ambrosetti ha calcolato il moltiplicatore economico del settore turistico in Italia (1/2)

ECONOMICA

- Dal momento che ogni azienda operante in un comparto produttivo **genera un output** acquistando e combinando insieme alcuni **input provenienti da altri settori**, ciascun settore economico si pone sul mercato con un duplice ruolo: acquirente di beni e servizi che impiega nel processo produttivo e venditore di beni e servizi ad altri settori economici
- L'Istat rende disponibili le tavole delle risorse e degli impieghi o tavole **input-output** (aggiornate all'anno 2019), con una disaggregazione di 60 branche di attività economica (settori economici) e 60 prodotti
- Possono essere definite come delle **tavole di interdipendenza settoriale** e sono una rappresentazione contabile dei flussi di scambio che avvengono in un determinato sistema economico (es. Nazione, Regione, ecc.) in un determinato arco temporale
- La lettura della tavola **per colonna** consente di analizzare, per ciascun settore economico, il processo di **acquisizione** dei beni o servizi dagli altri settori economici dell'area di studio e/o esternamente all'area stessa (import); la lettura della tavola **per riga** consente di analizzare la **produzione** dei settori economici dell'area di studio secondo il settore di utilizzo (destinazione), ossia come il risultato dell'attività produttiva di un settore si ripartisca per gli impieghi intermedi e i consumi finali
- I **coefficienti tecnici** risultanti dall'elaborazione delle tabelle esprimono il valore del prodotto del settore input necessario per produrre un'unità di valore del settore output



Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti, 2023



## The European House - Ambrosetti ha calcolato il moltiplicatore economico del settore turistico in Italia (2/2)

ECONOMICA

A partire dall'analisi del contributo diretto degli investimenti nel settore turistico in Italia alla creazione di valore per il sistema-Paese, è possibile quindi quantificare l'**effetto moltiplicatore del settore turistico**, scomposto in tre dimensioni:

- **Impatti diretti**, correlati direttamente al settore analizzato e relativi agli effetti prodotti sulla filiera produttiva stessa del settore turistico
- **Impatti indiretti**, generati nel sistema economico attraverso la catena produttiva formata dai fornitori di beni e servizi di attività direttamente riconducibili al settore turistico
- **Impatti indotti**, generati attraverso le spese ed i consumi indotti dall'impatto diretto ed indiretto. Sono costituiti dall'**aumento della spesa che si registra nell'area geografica di riferimento** dove si svolgono attività turistiche ed è generata dalla maggiore presenza di cittadini, attività economiche e unità di lavoro

TEHA

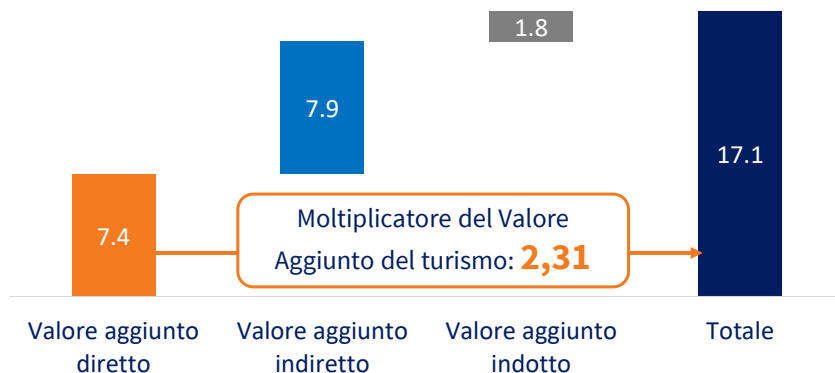
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti, 2023



## Per 1 Euro di Valore Aggiunto nel settore del turismo si generano 1,31 Euro aggiuntivi nell'economia

ECONOMICA

Valore Aggiunto totale generato dal settore del turismo in Italia  
(milioni di Euro), 2022



Grazie all'attivazione di filiere sul territorio nazionale, per **ogni Euro** di Valore Aggiunto diretto generato dal turismo, si generano **€1,31** aggiuntivi nell'intera economia italiana

TEHA

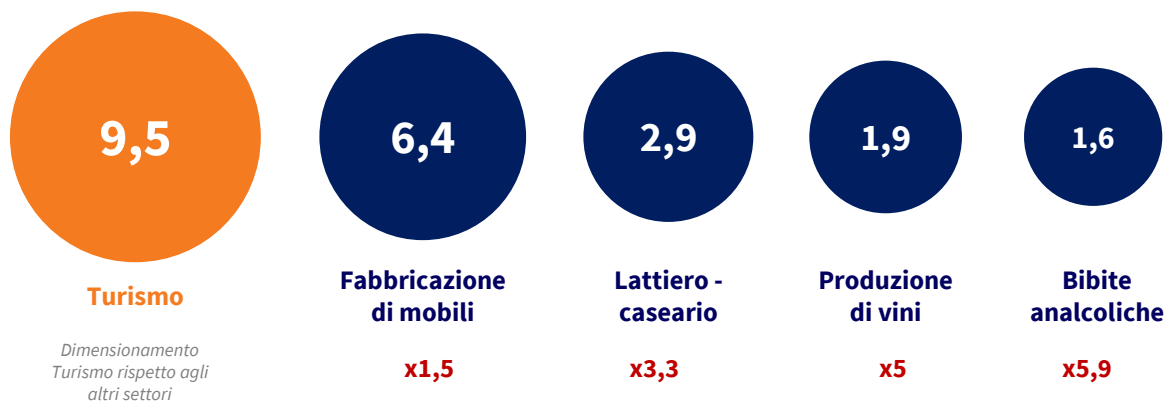
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati tabelle delle interdipendenze settoriali di Istat, 2023



## Il settore del turismo con 9,5 miliardi di Euro ha un Valore Aggiunto superiori a quello di importanti settori economici del Paese

ECONOMICA

Valore Aggiunto del settore del turismo e confronto con alcuni settori economici selezionati in Italia (miliardi di Euro), 2019



Dimensionamento  
Turismo rispetto agli  
altri settori

TEHA

N.B. Per consentire il confronto con gli altri settori economici a questo livello di dettaglio è stato utilizzato l'ultimo anno disponibile (2019).

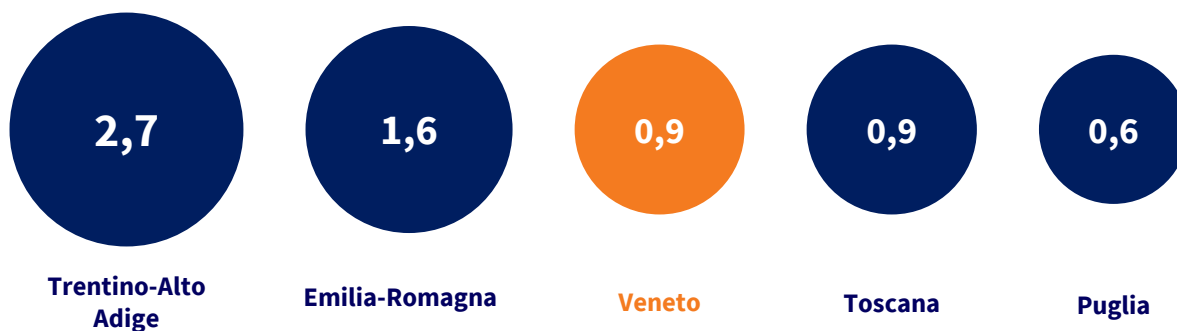
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat e AIDA, 2023



## Il Veneto è la 3ª Regione in Italia nel settore del turismo per Valore Aggiunto

ECONOMICA

Valore Aggiunto nel settore del turismo nelle prime 5 Regioni italiane (miliardi di Euro), 2022



TEHA

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat e AIDA, 2023



## L'approccio tridimensionale alla sostenibilità di The European House - Ambrosetti : il contributo alla sostenibilità sociale

Capacità di garantire **condizioni di benessere umano e felicità** (sicurezza, salute, istruzione) equamente distribuite per **classi e per genere**



Capacità di un sistema economico di generare una **crescita duratura degli indicatori economici** e di produrre e mantenere all'interno del territorio il massimo del **Valore Aggiunto** combinando efficacemente le risorse nel rispetto dei vincoli ambientali

Capacità di massimizzare nel tempo l'utilizzo delle risorse naturali senza pregiudicarne la **capacità rigenerativa**, favorendo lo sfruttamento di **risorse rinnovabili** e la transizione verso forme di **economia circolare**



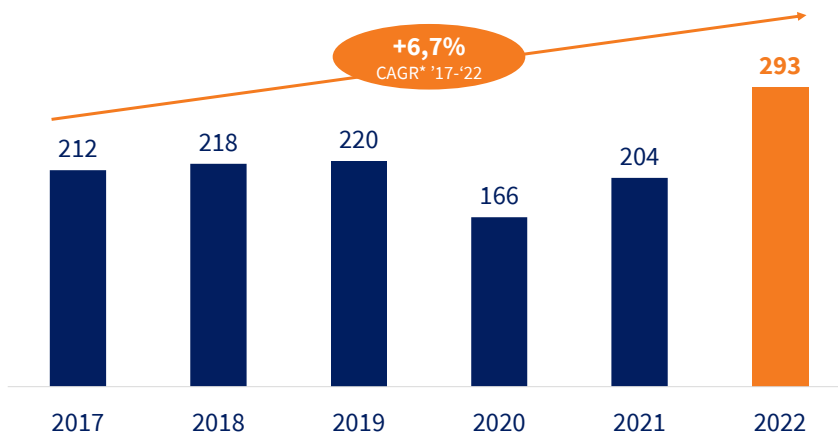
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti, 2023



## Nonostante un rallentamento nel periodo pandemico, gli occupati nel settore del turismo sono in costante crescita

SOCIALE

**Occupati nel settore del turismo**  
(migliaia di occupati), 2017-2022



(\*) CAGR: Tasso medio annuo di crescita composto.

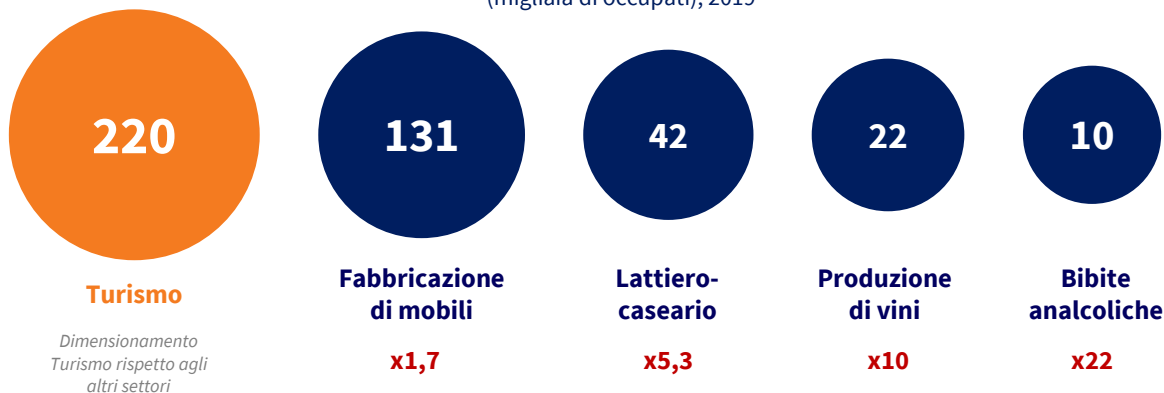
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat e AIDA, 2023



## Attivando un'occupazione di oltre 220mila persone il turismo svolge un importante ruolo sociale

SOCIALE

### Occupati del turismo e confronto con alcuni settori economici selezionati in Italia (migliaia di occupati), 2019



Dimensionamento  
Turismo rispetto agli  
altri settori

TEHA

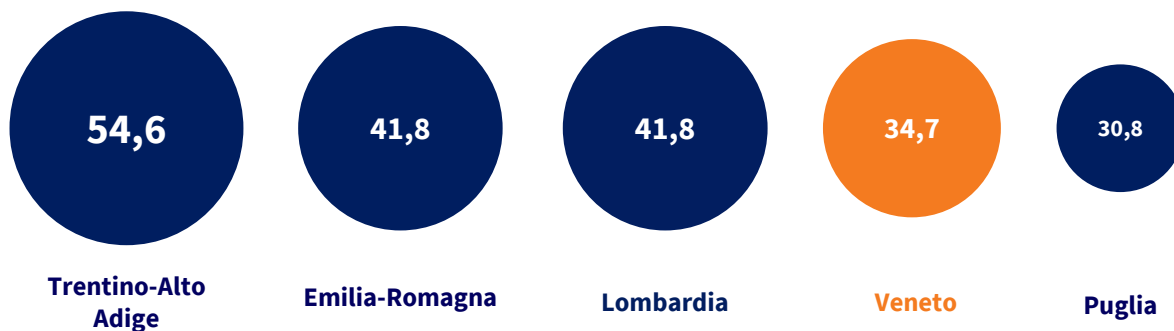
N.B. Per consentire il confronto con gli altri settori economici a questo livello di dettaglio è stato utilizzato l'ultimo anno disponibile (2019).  
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat e AIDA, 2023



## Nel contesto nazionale il Veneto è la 4ª Regione in Italia per occupati attivati dal settore del turismo

SOCIALE

### Occupazione nel settore del turismo nelle prime 5 Regioni italiane (migliaia di occupati), 2022



TEHA

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat e AIDA, 2023

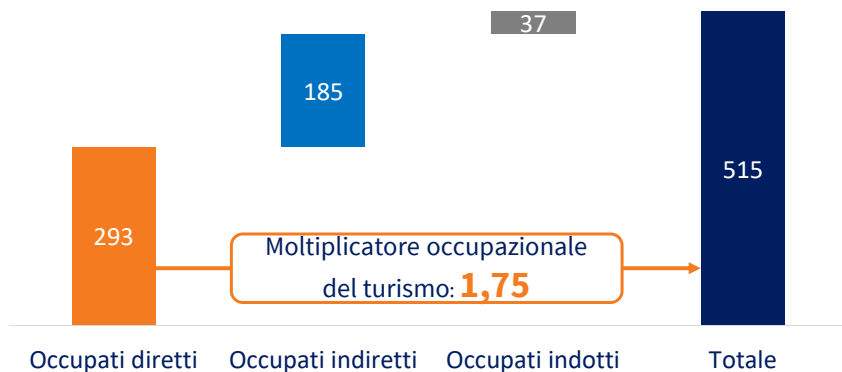




## Per ogni occupato nel settore del turismo si attiva quasi un occupato addizionale nell'economia Italiana

SOCIALE

### Occupazione generata dal settore del turismo in Italia (migliaia di occupati), 2022



Grazie all'attivazione di filiere sul territorio nazionale, per ogni **occupato** nel settore del turismo, si attiva quasi **un altro occupato** nell'intera economia italiana

TEHA

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati tabelle delle interdipendenze settoriali di Istat, 2023



## L'approccio tridimensionale alla sostenibilità di The European House – Ambrosetti: il contributo alla sostenibilità ambientale

Capacità di garantire **condizioni di benessere umano e felicità** (sicurezza, salute, istruzione) equamente distribuite per **classi e per genere**



Capacità di un sistema economico di generare una **crescita duratura degli indicatori economici** e di produrre e mantenere all'interno del territorio il massimo del **Valore Aggiunto** combinando efficacemente le risorse nel rispetto dei vincoli ambientali

Capacità di massimizzare nel tempo l'utilizzo delle risorse naturali senza pregiudicarne la **capacità rigenerativa**, favorendo lo sfruttamento di **risorse rinnovabili** e la transizione verso forme di **economia circolare**

TEHA

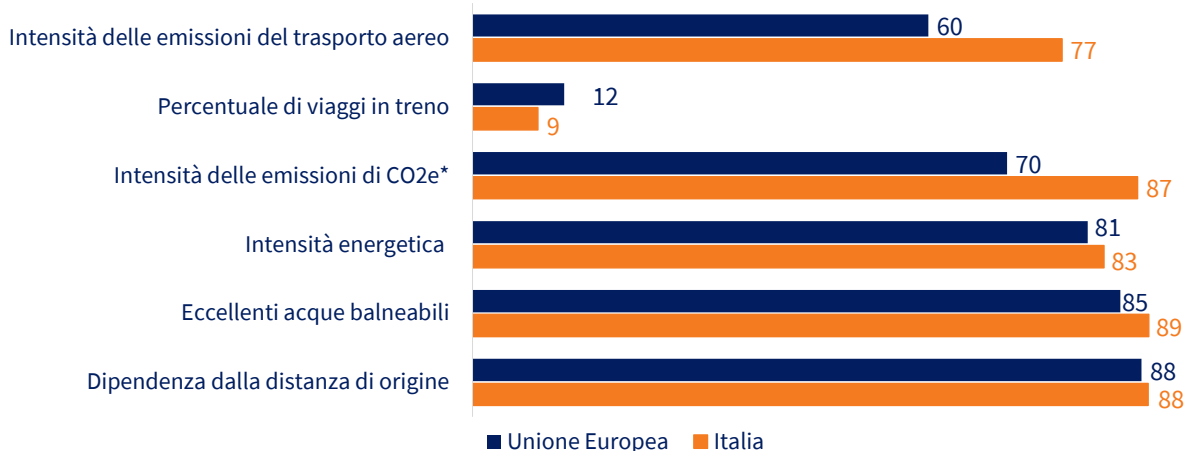
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti, 2023



## Il turismo Italiano si distingue per un minor impatto ambientale rispetto alle altre destinazioni Europee

AMBIENTALE

**Indice di sostenibilità ambientale del turismo** (valori da 0= minimo a 100= massimo), 2021



N.B. un valore più alto rappresenta un risultato migliore

(\*) CO2e: rappresentano una misura standardizzata dell'impatto ambientale delle emissioni di gas serra, in un'unica unità equivalente di anidride carbonica (CO2).

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati European Council Tourism Dashboard, 2023

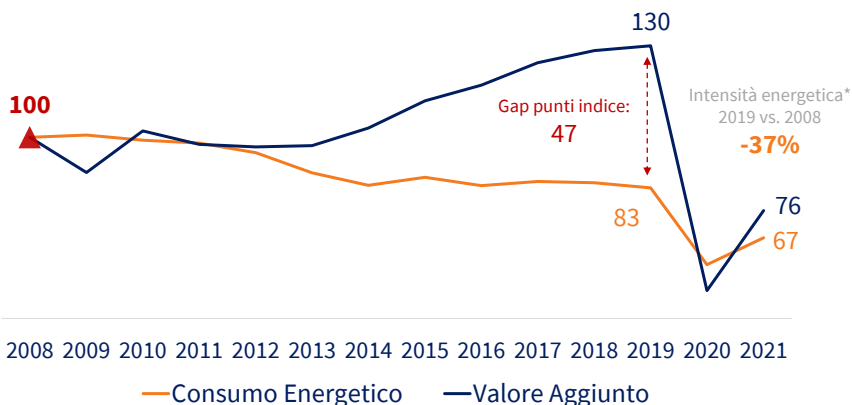
TEHA



## Emerge un trend di disaccoppiamento tra consumo energetico e creazione di valore economico per il settore del turismo

AMBIENTALE

**Valore Aggiunto e consumo energetico del turismo in Italia**  
(indice base 100 al 2008), 2008 - 2021



Il settore del turismo in Italia è riuscito a **incrementare il Valore Aggiunto generato**, a fronte di **consumi energetici in contrazione** (+30% vs. -17% rispettivamente nel periodo 2008-2019)

2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021

— Consumo Energetico — Valore Aggiunto

(\*) Per intensità energetica si intende la quantità di energia necessaria per generare Valore Aggiunto.

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati ISPRA e Istat, 2023

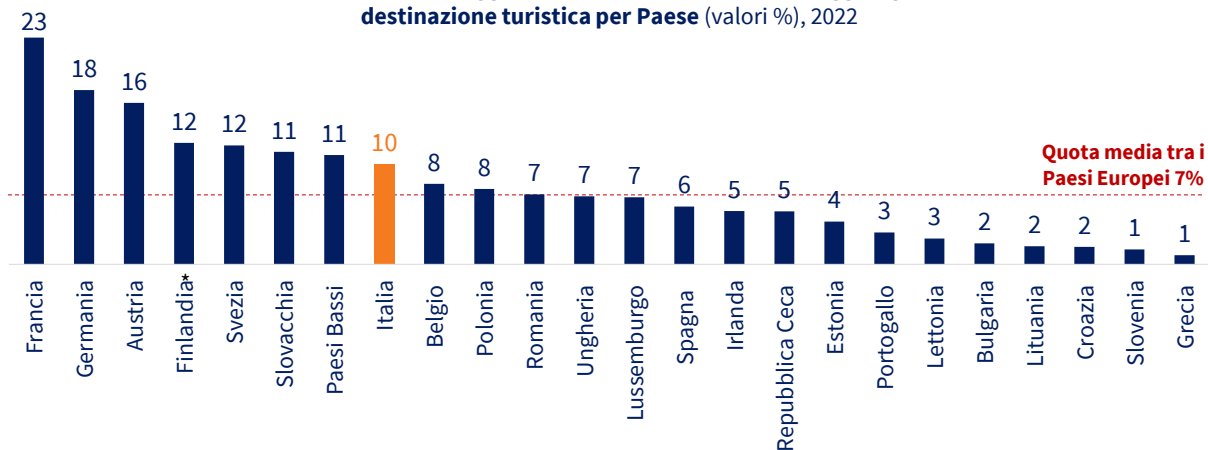
TEHA



## L'Italia si posiziona tra i primi 10 Paesi europei per l'utilizzo di mezzi meno inquinanti...

AMBIENTALE

Percentuale di passeggeri che utilizzano il treno per raggiungere la destinazione turistica per Paese (valori %), 2022



TEHA

N.B. Dati assenti per Danimarca, Malta e Cipro

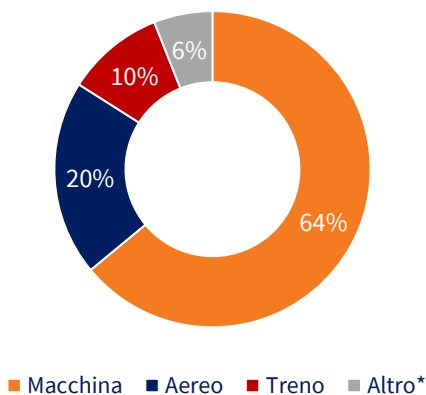
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Eurostat, 2023



## ...ma rimane preponderante l'utilizzo della macchina: 64% dei turisti la utilizza per raggiungere la propria destinazione

AMBIENTALE

Percentuale dei mezzi utilizzati per raggiungere la destinazione turistica (valori %), 2021



In Italia, il **64,3%** dei turisti utilizza la **macchina** come mezzo per raggiungere la propria meta turistica (3 punti percentuali sotto la media UE)

TEHA

(\*) Appartengono ad Altro: trasporto su acqua

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Eurostat, 2023



## Nonostante l'Italia sia un Paese in cui i turisti si muovono prevalentemente in macchina, è anche tra le mete preferite per il turismo lento

AMBIENTALE



Il **Turismo lento** è un modo di viaggiare incentrato sull'**esperienza** (lenta, approfondita, che permette d'immergersi completamente nell'ecosistema del luogo che ci ospita) e sulla **sostenibilità** (ad impatto zero sull'ambiente)

- I turisti provenienti da Regno Unito, Francia e Germania indicano l'Italia al **1° posto come meta per il turismo lento**
- In particolare per il **turismo escursionistico**, caratterizzato dalla presenza di tappe che portano i turisti a cambiare struttura e località di pernottamento
- **Sicilia e Toscana** sono le regioni più ricercate per turismo lento

TEHA

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati ENIT e Ipsos, 2023



## Il turismo impatta, direttamente o indirettamente, tutti i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, con diversi livelli di influenza

### 17 Obiettivi di Sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite



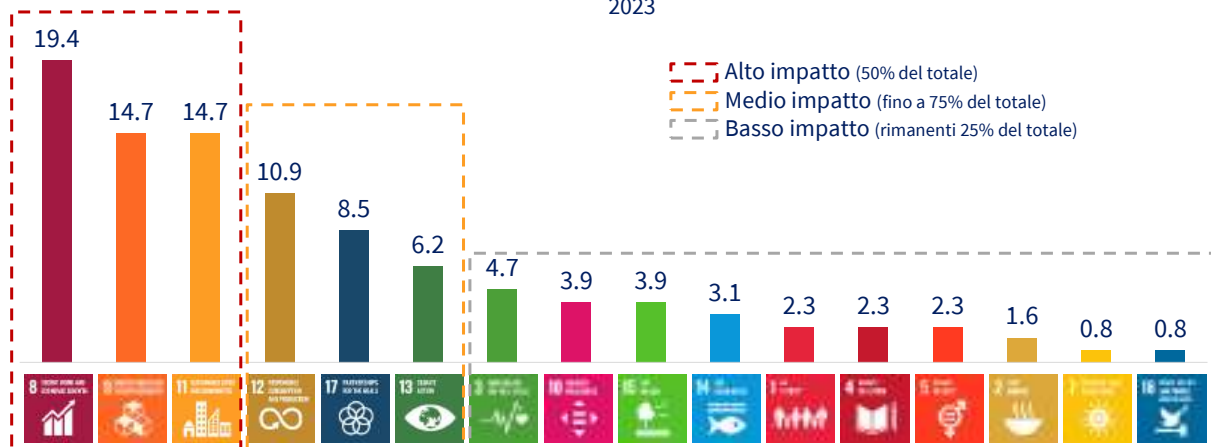
TEHA

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Nazioni Unite e UNWTO, 2023



## Sono 6 gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile più impattati dal turismo: rappresentano il 75% dell'impatto complessivo

Impatto delle attività turistiche sui 17 SDG\* (valori %),  
2023



(\*) Gli SDG (Sustainable Development Goal) sono gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. L'impatto delle attività turistiche sui 17 SDG è stata misurata tramite le risposte della survey rivolta al gruppo di lavoro del G20.

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati UNWTO, 2023



## Gli SDGs principalmente impattati mettono in luce le motivazioni alla base della stretta connessione tra turismo e sostenibilità

### Alto impatto



Il turismo è uno dei quattro principali generatori di **reddito da esportazione**



Il turismo influisce sul **miglioramento sostenibile delle infrastrutture** pubbliche e private



Il turismo favorisce lo sviluppo delle infrastrutture urbane, la **conservazione del patrimonio culturale e naturale**

### Medio impatto



Il turismo adotta modalità di **consumo e produzione sostenibili**, impattando su energia, acqua, rifiuti, biodiversità e occupazione



Il turismo, influenzato dal **cambiamento climatico**, può contribuire alla lotta contro di esso



Grazie alla sua natura trasversale, il turismo rafforza le **partnership pubblico-private**



N.B. SDGs: Sustainable Development Goals

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Nazioni Unite e UNWTO, 2023



## Indice dei contenuti

---

- Obiettivi, metodologia e cantieri di lavoro
- Lo scenario internazionale del turismo e quali impatti per l'Italia
- Il valore generato dalla filiera del turismo e il contributo alla transizione sostenibile dell'Italia
- **Le diverse tipologie di turismo e le sinergie intersettoriali: quali benefici per il sistema-Paese**
- Il turismo sostenibile in Italia: quali linee d'azione per il futuro
- Principale bibliografia di riferimento



## La dimensione economica e sociale della filiera estesa del turismo: il Conto Satellite del Turismo

---

- Il **Conto Satellite del Turismo** è costruito sulla base delle linee guida del Quadro Metodologico Raccomandato (QMR) 2008 della Commissione Europea, OCSE e Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT)
- In Italia, la sua produzione e il suo aggiornamento sono affidati a un gruppo di lavoro congiunto di **Istat e Banca d'Italia**, che utilizza dati provenienti dalle rilevazioni dei Conti Nazionali, dai sondaggi sul Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi (Istat Offerta), dall'indagine dell'Istat Viaggi e vacanze (Istat Domanda) e dall'indagine condotta dalla Banca d'Italia, denominata Indagine sul turismo internazionale dell'Italia
- Lo strumento, riconosciuto a livello internazionale, permette di rappresentare il **dimensionamento economico del settore turistico sia dal lato della domanda che dell'offerta**
- Sono considerate attività produttive caratteristiche del turismo: **alberghi, pubblici esercizi, servizi di trasporto passeggeri, agenzie di viaggio, servizi ricreativi e culturali, commercio al dettaglio e servizi abitativi per l'uso delle seconde case di vacanza**
- I criteri di selezione fanno riferimento a quelle attività che **non potrebbero generare valore in assenza di presenza turistica**

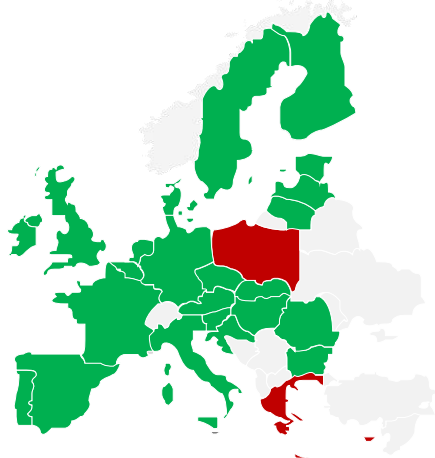


Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Commissione Europea e Istat, 2023



## Il turismo è una filiera costantemente analizzata in Unione Europea: solo Grecia, Polonia, Malta e Cipro non pubblicano un Conto Satellite

Conti Satellite del Turismo nei Paesi UE (illustrativo), 2023



L'ultima versione del Conto Satellite del Turismo per i Paesi dell'Unione Europea fa riferimento al **2019**. Solo **Grecia, Polonia, Malta e Cipro** non pubblicano un proprio Conto Satellite

Legenda:

- Conto Satellite disponibile
- Conto Satellite assente o in aggiornamento

TEHA

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Commissione Europea, 2023



## La filiera estesa del turismo in Italia coinvolge 16 settori e 62 sotto-settori

La filiera estesa del turismo in Italia (codici ATECO), 2023



La filiera del turismo coinvolge **16 settori** (codici ATECO a 2-cifre) e **62 sotto-settori** (codici ATECO a 4-cifre)

TEHA

In arancione l'ATECO 55, del turismo in senso stretto analizzato nel capitolo 2.  
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat, 2023



## Il turismo sostiene quote rilevanti, sia nel settore alberghiero sia in quello dei trasporti

Quota di turismo all'interno dei settori della filiera (valori %), 2023



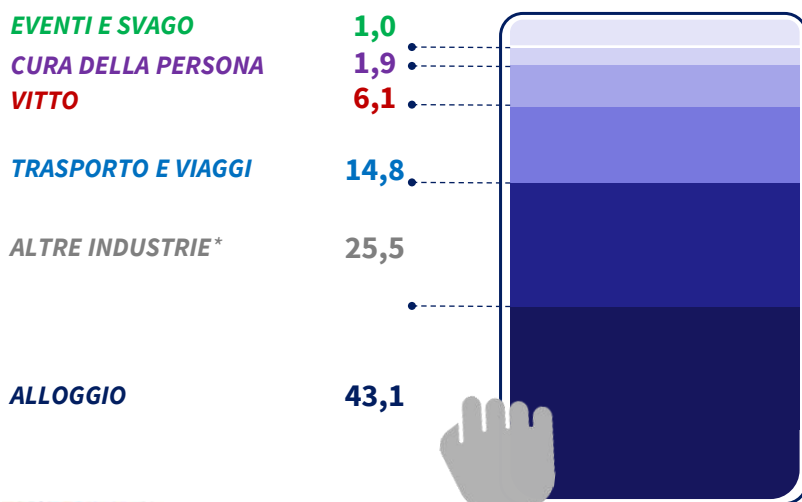
TEHA

In arancione l'ATECO 55, del turismo in senso stretto analizzato nel capitolo 2.  
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat, 2023



## La filiera estesa del turismo attiva 92,4 miliardi di Euro di Valore Aggiunto nel 2022, il 5,3% del PIL italiano

Valore Aggiunto della filiera estesa del turismo in Italia (miliardi di Euro), 2022



Il perimetro esteso del turismo sostiene la generazione di **€92,4 miliardi** di Valore Aggiunto in Italia...

... il **5,3%** del PIL italiano

TEHA

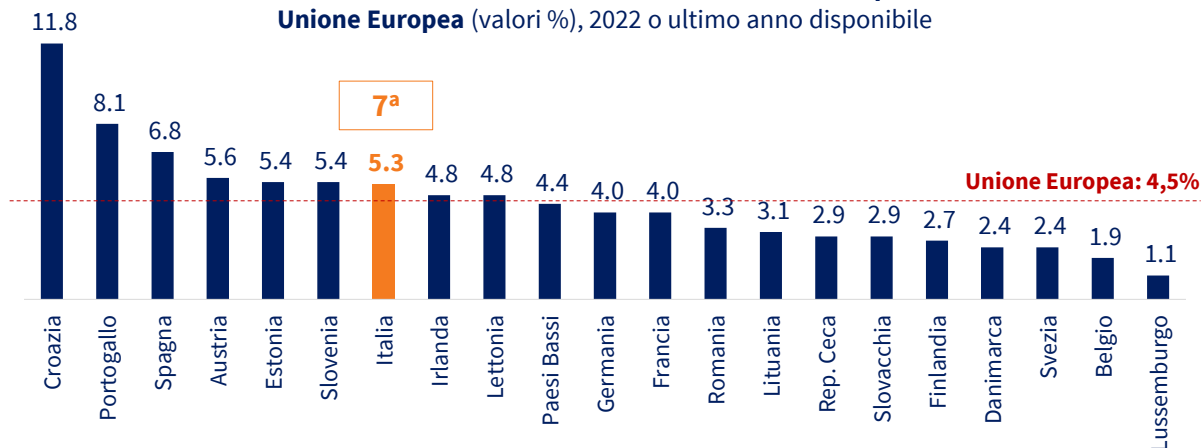
(\* Il Conto Satellite del Turismo italiano assume una quota del 2,1% presente in tutti i settori non centrali alla filiera.  
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat e AIDA, 2023





## La filiera estesa del turismo italiana si posiziona al 7° posto in Unione Europea per incidenza sul PIL nazionale

Incidenza della filiera estesa del turismo sul PIL nazionale per Paese in Unione Europea (valori %), 2022 o ultimo anno disponibile



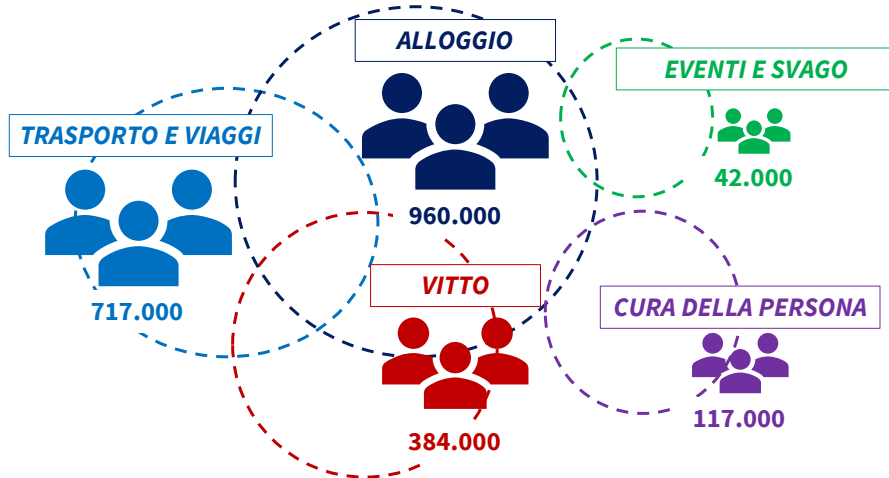
N.B. I Paesi mancanti non pubblicano dato aggiornati o comparabili.

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Commissione Europea, Istat e AIDA, 2023



## La filiera estesa del turismo coinvolge 2,2 milioni di lavoratori in Italia, l'8,6% del totale nazionale

Occupazione nella filiera estesa del turismo in Italia (val. assoluto), 2022



Il perimetro esteso del turismo genera lavoro per

**2,2 milioni**

di occupati in Italia...

... **l'8,6%** del totale italiano



N.B. Non si tiene conto dell'occupazione di «Altre industrie».

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat e AIDA, 2023



## Sono state identificate cinque macro-tipologie di turismo



**TEHA**

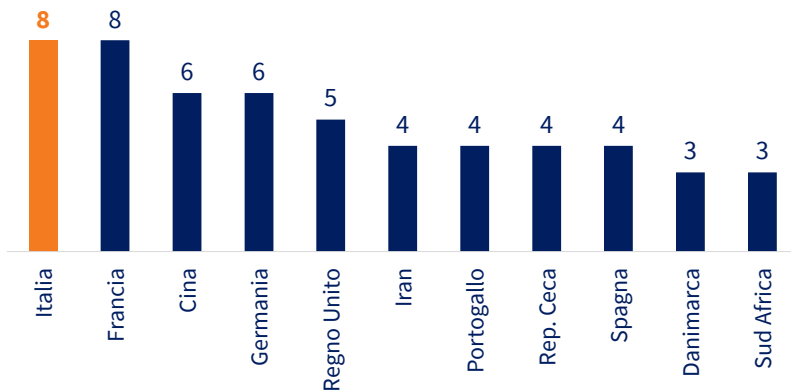
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti, 2023



## L'Italia è il 1° Paese al mondo per dotazione di paesaggi culturali protetti dall'UNESCO

**PAESAGGI-CULTURA**

**Primi 10 Paesi nel mondo per numero di paesaggi culturali Patrimonio dell'umanità** (val. assoluto), 2023



L'Italia è il **1°** Paese al mondo a pari merito con la Francia per paesaggi culturali protetti dall'UNESCO; il sito più recente nel territorio sono Le Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene

Il turismo dei paesaggi culturali alimenta la **protezione e lo sviluppo dei territori**, contribuendo alla loro tutela nel tempo

**TEHA**

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati UNESCO, 2023



## L'Italia può contare su un ecosistema della cultura ricco e diversificato: una visione d'insieme

PAESAGGI-CULTURA

  
**4.292 istituti culturali** di cui:

  
**3.338 musei, gallerie e raccolte**  
 (78% del totale)

  
**662 monumenti e complessi monumentali**  
 (15% del totale)

  
**292 aree e parchi archeologici**  
 (7% del totale)

  
**2.808 istituti culturali di proprietà pubblica**  
 (18% Stato centrale, 82% altri enti locali)

  
**1.484 istituti culturali di proprietà privata**  
 (35% del totale)

  
**46% degli istituti culturali nel Nord Italia** (vs. 29% Centro e 26% Mezzogiorno)

  
**129,6 mln di visitatori totali**  
 (per il 47% gratuiti e per il 42% stranieri) nel 2019

TEHA

Nota: dati riferiti all'anno 2021 ove non specificato diversamente.

Fonte: «Musei pubblici: Un patrimonio strategico per il sistema-Italia» di The European House – Ambrosetti ed elaborazione su dati Istat, "Indagine sui musei e le istituzioni similari 2022" e altre fonti, 2023

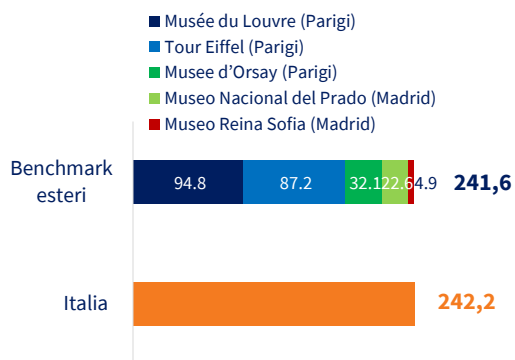
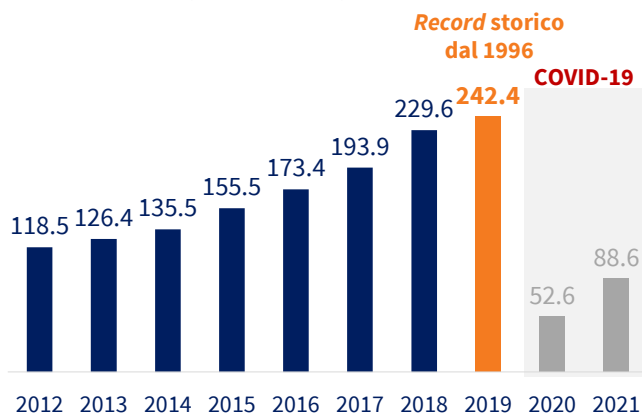


## Fino al 2019 i ricavi da ingressi degli enti statali sono cresciuti, ma i valori sono molto bassi rispetto a quelli dei peers esteri

PAESAGGI-CULTURA

**Introiti lordi\* da ingressi ai Musei, Monumenti ed Aree Archeologiche e Circuiti Museali statali in Italia**  
 (milioni di Euro), 2012-2021

**Confronto con i ricavi da biglietteria di 5 musei e monumenti di proprietà pubblica in Francia e Spagna**  
 (mln di Euro), 2019



TEHA

(\* Al lordo dell'eventuale aggio spettante al concessionario del servizio di biglietteria, ove presente.

Fonte: «Musei pubblici: Un patrimonio strategico per il sistema-Italia» di The European House – Ambrosetti ed elaborazione su dati Ministero della Cultura, 2023



## Il patrimonio culturale è diffuso sul territorio, con attrazione differenziata: Toscana, Veneto e Lazio richiamano di più gli stranieri

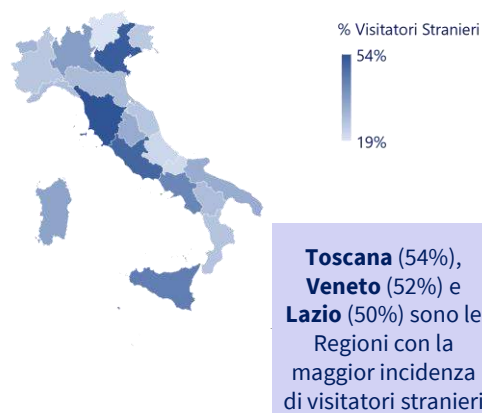
PAESAGGI-CULTURA

### Numero di istituti culturali e visitatori complessivi per Regione (% sul totale nazionale), 2019

Caso emblematico del **Lazio**: con il 7% del patrimonio nazionale attrae il **25% dei visitatori annuali**



### Incidenza dei visitatori stranieri negli istituti culturali per Regione (% sul tot. regionale), 2019



**Toscana (54%), Veneto (52%) e Lazio (50%)** sono le Regioni con la maggior incidenza di visitatori stranieri

TEHA

Fonte: «Musei pubblici: Un patrimonio strategico per il sistema-Italia» di The European House – Ambrosetti ed elaborazione su dati Istat, 2023



## La pratica agronomica ha un ruolo importante anche per la preservazione del paesaggio

PAESAGGI-CULTURA

- La pratica agronomica della coltivazione della vite (i terrazzamenti, i muretti a secco, l'alternanza della vite con altra vegetazione, le cantine, ma anche la stessa edilizia rurale) favorisce la **preservazione dei paesaggi** e il **mantenimento del valore ricreativo** di intere aree a beneficio delle comunità che vi abitano, riducendo anche il rischio idrogeologico
- Fin dal medioevo la coltivazione della vite ha consentito all'uomo di rendere nobile il paesaggio e intorno a questo sono nati i **primi grandi centri culturali** in Europa, le Abbazie
- Nel Testo Unico del Vino del MIPAAF (art. 1 238/2016) viene riconosciuto il ruolo della pratica vinicola: *“la vite, il vino, i territori viticoli sono **patrimonio culturale nazionale** da tutelare e valorizzare negli aspetti di sostenibilità sociale, economica, produttiva, ambientale e culturale”*



TEHA

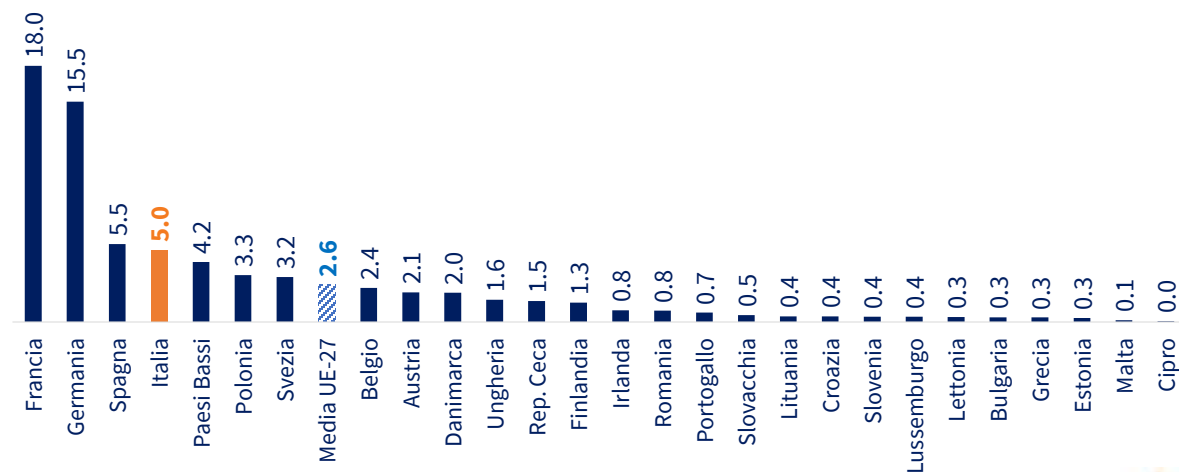
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su fonti varie, 2023



## In valori assoluti, l'Italia è 4<sup>a</sup> in Europa per ammontare delle risorse finanziarie stanziare per la Cultura

PAESAGGI-CULTURA

Spesa pubblica totale in servizi culturali: confronto tra gli Stati Membri dell'UE-27 (miliardi di Euro), 2021



TEHA

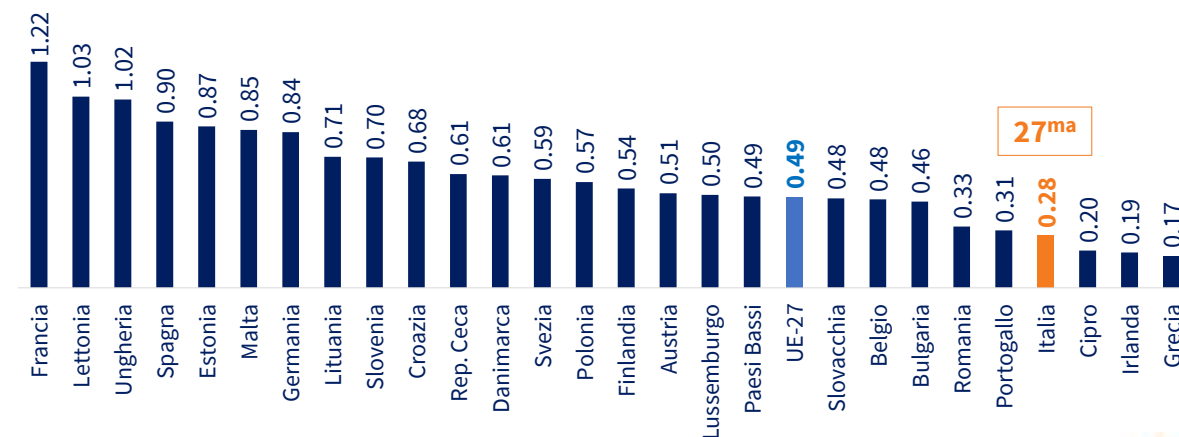
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Eurostat, 2023



## Nonostante un patrimonio unico al mondo, l'Italia investe in Cultura meno di altri Paesi in % del PIL

PAESAGGI-CULTURA

Spesa pubblica totale in servizi culturali: confronto tra gli Stati Membri dell'UE-27 (% del PIL nazionale), 2021



TEHA

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Eurostat, 2023



## Un caso estero di successo: l'ampliamento delle fonti di ricavo attuata dal Museo del Louvre



PAESAGGI-CULTURA

- Dal 2019 il Museo del Louvre realizza **prodotti brandizzati** in collaborazione con partner di diversi settori (tra cui il marchio dell'abbigliamento Uniqlo nel 2021, ma anche Saint-Gobain e Lego), ha avviato un **proprio negozio ufficiale** (con 34 enti) e ha aperto una boutique temporanea (**pop-up store**)
- Inoltre, nel 2019:
  - Le entrate derivanti dalla **promozione del marchio Louvre** e i **ricavi pubblicitari** sono stati di **€2,4 mln** (+€1 mln vs. 2018)
  - La messa a disposizione a pagamento degli **spazi del museo e dei giardini delle Tuileries per eventi privati** ha generato ricavi aggiuntivi per **€2 mln** (+1,2% vs. 2018); nel 2021, i ricavi da questa attività sono stati di quasi **€3,9 mln**
- A **gennaio 2021**, il Louvre ha inaugurato una **piattaforma online** dedicata alle collaborazioni con i suoi partner: il sito web offre un canale di distribuzione privilegiato direttamente associato al museo (prodotti editoriali, giochi, moda, oggetti di design, ecc.) con **marchi contemporanei** che guardano al museo e alle opere d'arte con uno sguardo contemporaneo



TEHA

Fonte: «Musei pubblici: Un patrimonio strategico per il sistema-Italia» di The European House – Ambrosetti ed elaborazione su dati Museo del Louvre, «Rapport d'activité 2019 et 2021», 2023

## Le produzioni agroalimentari e la tradizione culinaria si posizionano al 1° posto tra i fattori di attrazione per i turisti stranieri

ENOGASTRONOMICICO

Risposte alla domanda «Quali considera essere i fattori di maggior attrattività?» nei Paesi esteri analizzati\*\* (valori %, possibilità di risposta multipla), 2022



Le **produzioni agroalimentari e la tradizione culinaria** si posizionano al **1° posto** tra i fattori di attrazione per i turisti stranieri

(\*) Sono esempi di «Altro»: *fashion* e abbigliamento, clima e temperatura, cultura popolare. (\*\*) La survey è stata condotta in Austria, Belgio, Germania, Paesi Bassi, Regno Unito e Stati Uniti.

Fonte: «Il modello Friuli Venezia Giulia il valore della filiera agroalimentare regionale e la percezione del consumatore» di The European House – Ambrosetti, 2023

TEHA



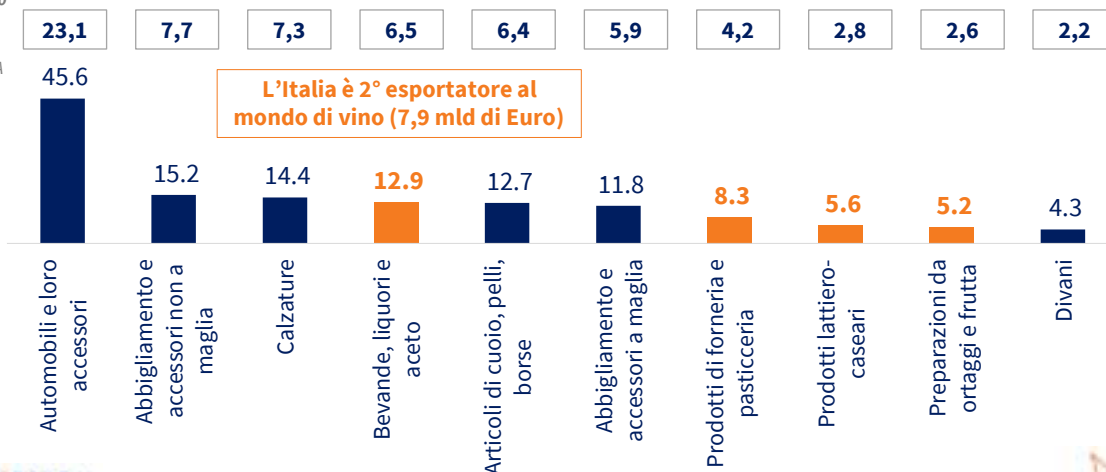
## All'interno dell'esportazione dei prodotti legati ai settori delle 4A italiane, l'agroalimentare ricopre un ruolo chiave

ENOGASTRONOMICICO

### Prime 10 categorie merceologiche esportate dai settori delle 4A italiani e quota sull'export totale

(miliardi di Euro, % sul totale), 2022

Quota %  
su totale  
export  
italiano 4A



TEHA

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati UNComtrade, 2023

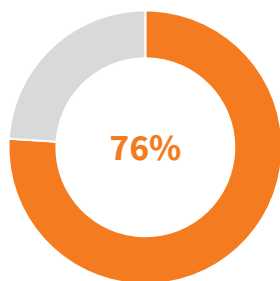


## I turisti in Italia apprezzano la cultura enogastronomica locale e la ricerca dei luoghi tipici del gusto

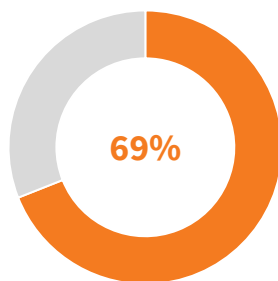
ENOGASTRONOMICICO

### Aspetti del turismo enogastronomico apprezzati dai turisti in Italia

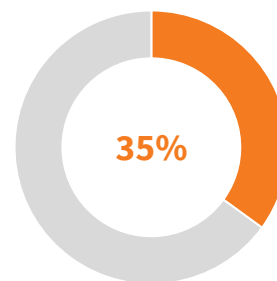
(valori %), 2023



dei turisti in Italia vorrebbe sapere di più della **cultura enogastronomica del luogo visitato**



dei turisti in Italia desidera spazi ristorativi **per scoprire e degustare le specialità locali**



dei turisti in Italia ama scoprire le **piccole botteghe artigiane del gusto**

TEHA

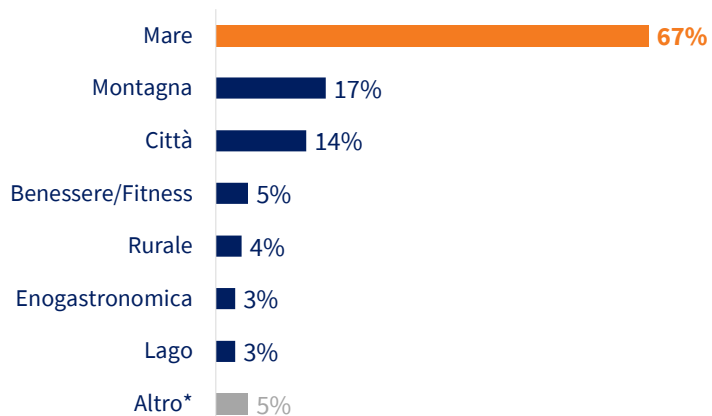
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Associazione Turismo Enogastronomico, 2023



## Il mare rimane la 1<sup>a</sup> meta vacanziera per gli italiani, dovuto anche alla concentrazione delle ferie nel mese di agosto

BALNEARE-COSTIERO

Tipologia di vacanza estiva preferita dagli italiani in Italia (valori %), 2022



L'**85%** degli italiani preferisce fare vacanze in Italia e il mese estivo preferito dal **53%** della popolazione è **agosto**

TEHA

(\* Fanno parte di «altro» le vacanze in barca, quelle sportive e religiose.  
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati ENIT, 2023



## L'Italia è una delle destinazioni turistiche più rappresentative d'Europa e del mondo: la costa è uno dei principali driver

BALNEARE-COSTIERO

### FATTI SALIENTI DEL TURISMO COSTIERO IN ITALIA



**1°** Paese al mondo per dotazione culturale riconosciuta con 58 siti protetti dall'UNESCO, di cui **11 collegati alla Risorsa Mare**



**2°** Paese in Europa per lunghezza della costa con **7.914 km e 643 comuni costieri**



**4°** Paese al mondo e **3°** nell'UE per spiagge protette con **458 Bandiere Blu**, dopo Spagna (629) e Grecia (596)



**6 delle 20 spiagge più belle d'Europa** secondo la classifica European Best Destinations 2022

TEHA

Fonte: The European House – Ambrosetti "Piano del Mare, strumento di programmazione e strategia" e fonti varie, 2023



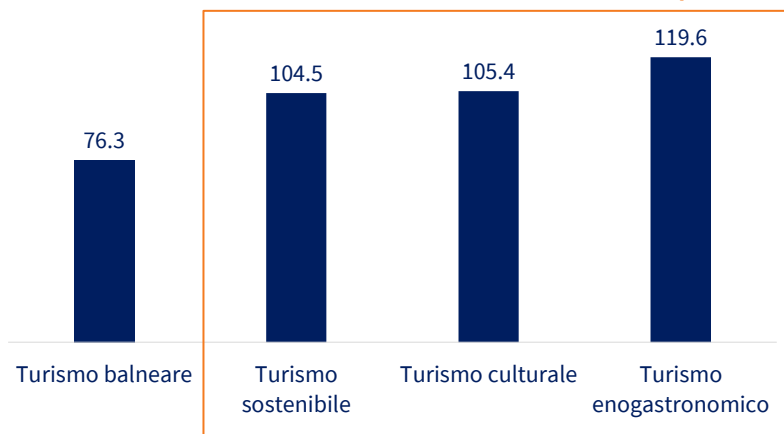


## Tuttavia, il solo turismo costiero, in assenza di sinergie con altri settori, genera un impatto economico limitato

BALNEARE-COSTIERO

Valore Aggiunto attivato sul territorio per 1 soggiorno aggiuntivo (Euro), ultimo anno disponibile

Turismo esperienziale



I maggiori valori attivati dipendono dalla **composizione dei beni e servizi** acquistati in regione, dagli **scambi interregionali**, dal livello medio dei **prezzi** e dalla **domanda** turistica

TEHA

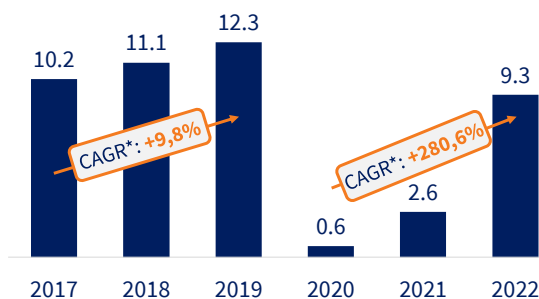
Fonte: The European House – Ambrosetti “Piano del Mare, strumento di programmazione e strategia», 2023



## L'Italia è la 1ª meta crocieristica d'Europa, con una forte ripresa nel post-COVID e 9,3 milioni di crocieristi movimentati nel 2022

BALNEARE-COSTIERO

Andamento del traffico crocieristico in Italia (milioni di passeggeri), 2017-2022



L'Italia è la **1ª destinazione crocieristica in Europa**, attraendo il **27% del totale passeggeri**

Traffico crocieristico nei primi 20 porti del Mediterraneo (val. assoluto di turisti), 2022

Porto	Passeggeri	Porto	Passeggeri
Barcellona	2.329.332	<b>Palermo</b>	<b>554.279</b>
<b>Civitavecchia</b>	<b>2.172.438</b>	Corfu	527.000
Marsiglia	1.474.707	<b>La Spezia</b>	<b>524.109</b>
Palma De Mallorca	1.377.413	<b>Savona</b>	<b>490.389</b>
<b>Napoli</b>	<b>1.144.246</b>	Valletta	489.571
<b>Genova</b>	<b>1.081.178</b>	<b>Livorno</b>	<b>437.959</b>
Pireo	850.000	<b>Trieste</b>	<b>424.531</b>
Santorini	829.217	Kotor	418.174
Mykonos	685.918	<b>Bari</b>	<b>410.846</b>
Valencia	623.169	Ajaccio	390.000

TEHA

(\*) CAGR: Tasso medio annuo di crescita composto.

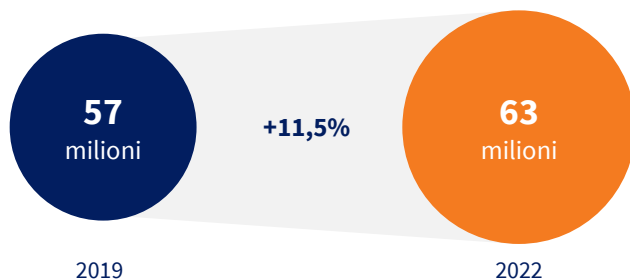
Fonte: The European House – Ambrosetti “Piano del Mare, strumento di programmazione e strategia» ed elaborazione su dati Speciale Crociere, 2023



## Il turismo sportivo in Italia è in crescita del +11,5% dal 2019 e pesa il 15,3% delle presenze totali

SPORTIVO-OUTDOOR

### Presenze di turisti sportivi in Italia e crescita (milioni di turisti e var. %), 2022 vs. 2019



- **42,6%** dei turisti attivi stranieri sono tedeschi
- La Lombardia è la **1<sup>a</sup>** Regione per la provenienza di turisti attivi sul territorio italiano (14,1% del totale)+
- **68,2%** dei turisti sportivi tornano nella stessa meta più di una volta

Nel 2022, il turismo sportivo vale il **15,3%** delle presenze totali in Italia

TEHA

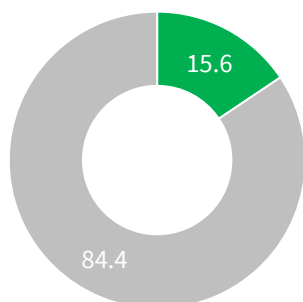
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati ISNART, 2023



## In Italia in media oltre 6 turisti su 10 che praticano sport durante le vacanze sono cicloturisti o escursionisti

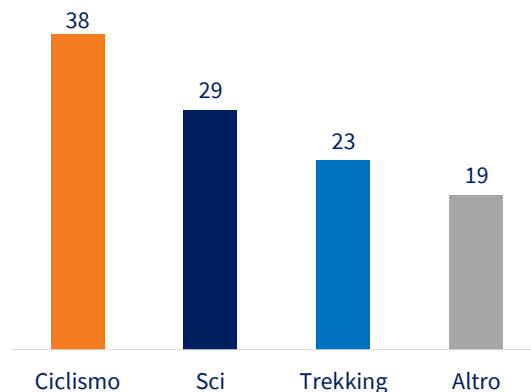
SPORTIVO-OUTDOOR

### Attività svolte durante la vacanza in Italia (valori %), 2019



■ Sport ■ Altro

### Sport praticati durante la vacanza in Italia (valori %), 2019



TEHA

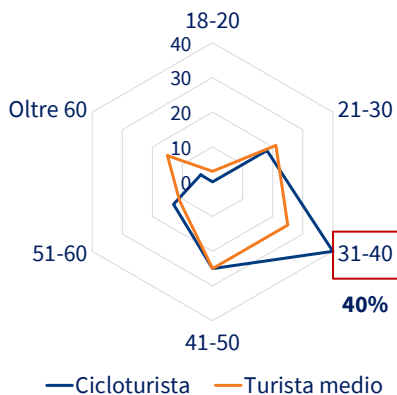
Fonte: «Lo sviluppo della mobilità lenta nel territorio della provincia di Como» di The European House - Ambrosetti ed elaborazione su dati Isnart-Legambiente, Rapporto 2020 «Viaggiare con la bici», 2023



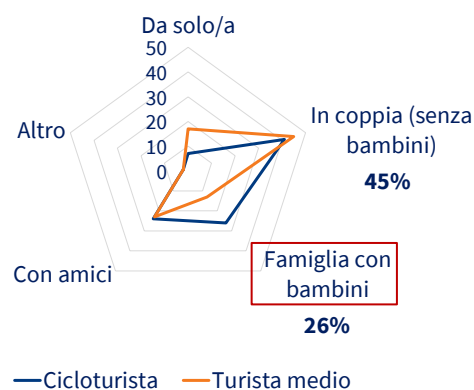
## Il cicloturismo è fonte di attrazione di turisti giovani e famiglie con bambini

SPORTIVO-OUTDOOR

### Età del cicloturista e del turista medio in Italia (anni per fasce d'età, % sul totale), 2019



### Compagnia di viaggio del cicloturista e del turista medio in Italia (% sul totale), 2019



TEHA

Fonte: «Lo sviluppo della mobilità lenta nel territorio della provincia di Como» di The European House – Ambrosetti ed elaborazione su dati Isnart-Legambiente, Rapporto 2020 «Viaggiare con la bici», 2023



## La mobilità lenta è uno degli strumenti previsti dall'UE per concretizzare la transizione sostenibile nella mobilità

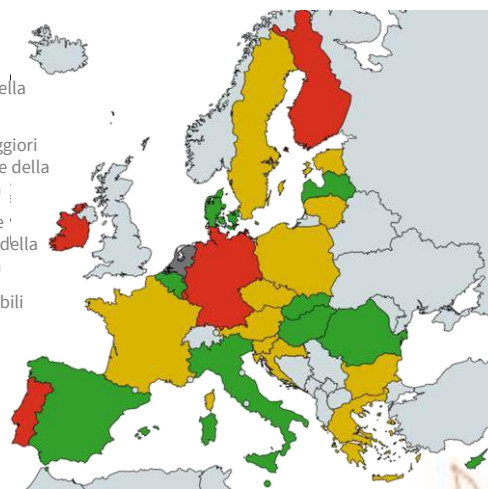
SPORTIVO-OUTDOOR

- La maggior parte dei Paesi dell'UE-27 ha previsto misure a sostegno della mobilità ciclistica nei **Piani nazionali di ripartenza** nella fase *post COVID-19*
- Nel complesso, le risorse stanziare dall'UE per interventi su infrastrutture ciclistiche, miglioramento della sicurezza e promozione del turismo su due ruote ammontano a **€1,7 mld**, a conferma dell'importanza del settore per contribuire ad una ripresa sostenibile dell'Europa
- L'Italia (**1°** Stato Membro percettore delle risorse dall'UE) ha previsto **€600 mln** per la mobilità su due ruote, destinando lo **0,3%** del *budget* totale del PNRR, una quota in linea con quanto stanziato, ad esempio, dalla Spagna (0,2%)

### Previsione di misure a sostegno della mobilità ciclistica nei Piani Nazionali di Ripresa e Resilienza degli Stati Membri europei, 2021

Legenda:

- Previsione di misure a favore della mobilità ciclistica
- Possibilità di maggiori interventi a favore della mobilità ciclistica
- Assenza di misure rilevanti a favore della mobilità ciclistica
- Piani non disponibili



TEHA

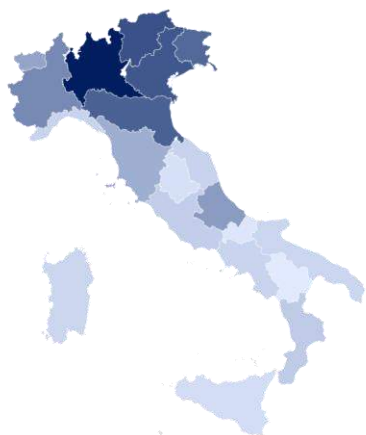
Fonte: «Lo sviluppo della mobilità lenta nel territorio della provincia di Como» di The European House – Ambrosetti ed elaborazione su dati European Cyclists' Federation (ECF), 2023



## Ad oggi, il territorio del Nord Italia è maggiormente sviluppato in termini di disponibilità di piste ciclabili rispetto al Sud

SPORTIVO-OUTDOOR

**Densità di piste ciclabili sul territorio regionale**  
(Km per Km<sup>2</sup> di superficie territoriale), 2020



**Massimo - Lombardia: 100,8**

Media Italia: **31,8**

Media Nord: **59,3**

Media Centro: **15,6**

Media Sud e Isole: **12,5**

**Minimo - Basilicata: 1,0**

x100

TEHA

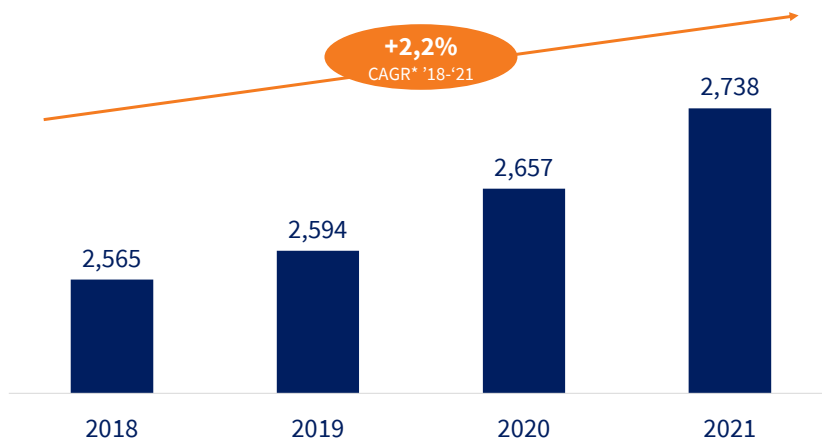
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat, 2023



## Il numero di grandi eventi con almeno 1.000 partecipanti in Europa è in costante crescita

GRANDI EVENTI

**Grandi eventi in Europa** (val. assoluto), 2018-2021



Negli ultimi anni il **numero** di eventi con almeno 1.000 partecipanti in Europa è **continuamente aumentato**

TEHA

(\*) CAGR: Tasso medio annuo di crescita composto.

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Fondazione Fiera Milano, 2023

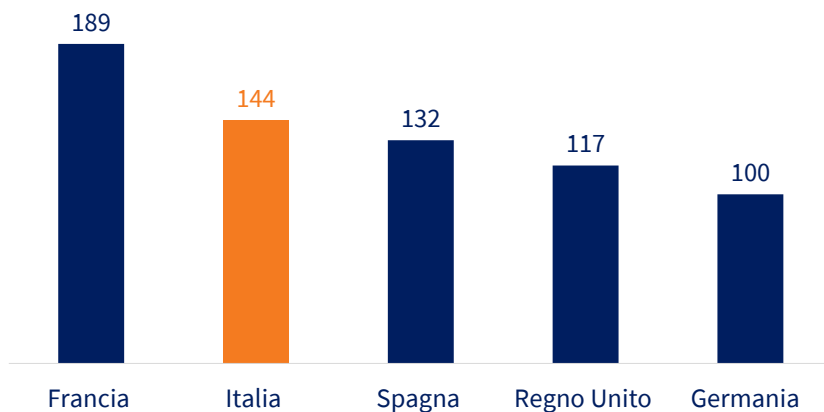


## L'Italia è 2<sup>a</sup> in Europa per l'organizzazione di grandi eventi sul territorio nazionale

GRANDI EVENTI

### Grandi eventi nei primi 5 Paesi Europei

(val. assoluto), 2021



Con il **13%** degli eventi in Europa organizzati sul proprio territorio **l'Italia è dietro solo alla Francia**

TEHA

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Fondazione Fiera Milano, 2023

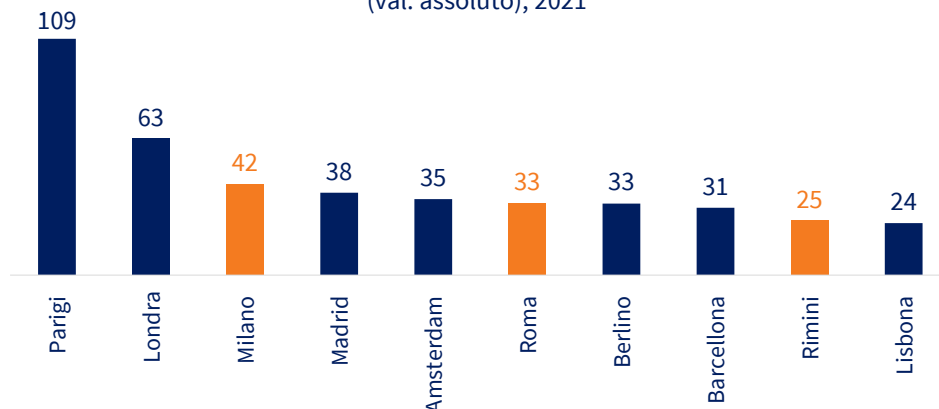


## In particolare, 3 città Italiane figurano tra le prime dieci città europee che ospitano il maggior numero di eventi

GRANDI EVENTI

### Grandi eventi in presenza o formato ibrido nelle prime 10 città europee

(val. assoluto), 2021



Milano, Roma e Rimini sono tra le città Europee che organizzano **il maggior numero** di grandi eventi

TEHA

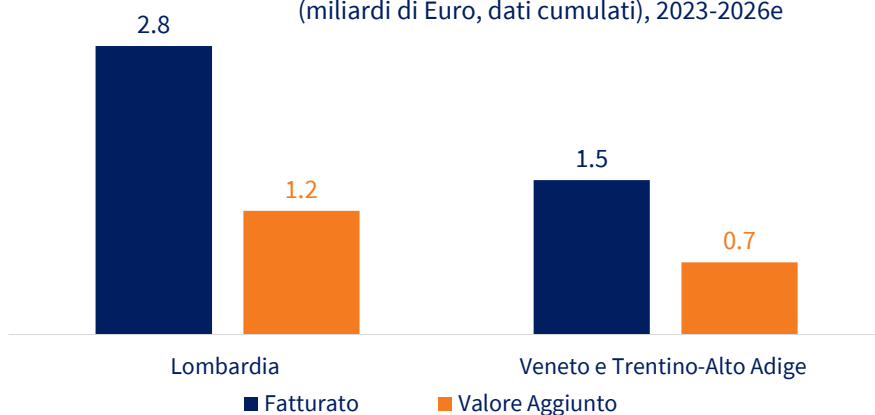
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Fondazione Fiera Milano, 2023



## Nel 2026 l'Italia ospiterà le Olimpiadi invernali che avranno una ricaduta economica di quasi 2 miliardi di Euro di Valore Aggiunto

GRANDI EVENTI

**Fatturato e Valore Aggiunto previsti dalle Olimpiadi Milano-Cortina 2026 per le regioni ospitanti**  
(miliardi di Euro, dati cumulati), 2023-2026e



La Lombardia, il Veneto e il Trentino-Alto Adige, avranno **ricadute economiche importanti**, con la Lombardia che contribuirà al **63%** del Valore Aggiunto

TEHA

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Università Commerciale L. Bocconi e Università Ca' Foscari, 2023



## Indice dei contenuti

- Obiettivi, metodologia e cantieri di lavoro
- Lo scenario internazionale del turismo e quali impatti per l'Italia
- Il valore generato dalla filiera del turismo e il contributo alla transizione sostenibile dell'Italia
- Le diverse tipologie di turismo e le sinergie intersettoriali: quali benefici per il sistema-Paese
- **Il turismo sostenibile in Italia: quali linee d'azione per il futuro**
- Principale bibliografia di riferimento

TEHA



## Negli anni le principali Istituzioni internazionali hanno formulato diverse definizioni del turismo sostenibile



“

Un turismo che è sostenibile dal punto di vista **economico e sociale** senza depauperare **l'ambiente** e la cultura locale (2003)

”

“

Un turismo che tiene pienamente conto dei suoi **impatti attuali e futuri** in termini **economici, sociali e ambientali**, rispondendo alle esigenze dei visitatori, del settore, dell'ambiente e delle comunità ospitanti (2005)

”



“



Un turismo che rispetta sia **la popolazione locale** sia il **viaggiatore**, il **patrimonio culturale** e **l'ambiente** (2010)

”

**TEHA**

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti, 2023



## Tutte le definizioni sono riassumibili nel perseguimento di un equilibrio tra gli aspetti economici, sociali e ambientali dello sviluppo turistico

L'obiettivo è il conseguimento di un **equilibrio** tra gli aspetti **economici, sociali e ambientali** dello sviluppo turistico, che coincidono con i **tre pilastri della sostenibilità**



### ECONOMICO

Garantire operazioni **economiche sostenibili** e a lungo termine, fornendo benefici socio-economici a tutte le parti interessate. **Distribuire** in modo equo le **opportunità di reddito** (compresi impieghi stabili) e servizi sociali alle comunità ospitanti, contribuendo così alla **riduzione della povertà**



### SOCIALE

Rispettare **l'autenticità** socio-culturale delle comunità ospitanti, **conservare** il loro **patrimonio culturale** ed ilizio e vivente, nonché i **valori tradizionali, la cultura** e contribuire a favorire la comprensione e la **tolleranza interculturale**



### AMBIENTALE

Utilizzare in modo ottimale le risorse ambientali che costituiscono un elemento chiave nello sviluppo del turismo, **preservando i processi ecologici** essenziali e **contribuendo alla conservazione** e allo **sviluppo** della bellezza dei **paesaggi naturali** e alla preservazione delle **risorse naturali** e della **biodiversità**

**TEHA**

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati UNWTO, 2023



## Secondo le analisi di TEHA, la transizione verso un settore del turismo sempre più sostenibile richiede ancora un po' di sforzi

La **trasformazione verso un turismo sempre più sostenibile** è un percorso che ogni singolo verticale (turismo paesaggistico e culturale, enogastronomico, balneare e costiero, sportivo e outdoor, dei grandi eventi sportivi e culturali) è chiamato ad affrontare. Il turismo sostenibile è da intendere come **percorso di sviluppo** che...

...**deve favorire** l'equilibrio tra le **3 dimensioni della sostenibilità** (economica, sociale e ambientale)



...**deve evitare** qualsiasi **perdita di valore** nei territori



...**deve garantire** la capacità di **perdurare nel tempo**



Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti, 2023



## Sviluppare strategicamente un territorio significa dare risposte concrete a 6 domande fondamentali e l'attività turistica svolge un ruolo chiave

1. Perché un'**impresa** dovrebbe **insediarsi** qui e non altrove?
2. Perché un'**impresa** già presente dovrebbe decidere di **rimanervi**?
3. Perché un **contribuente/famiglia** dovrebbe decidere di **risiedere** e **contribuire** qui e non altrove?
4. Perché un **talento** dovrebbe decidere di **lavorare** qui e non altrove?
5. Perché un **turista** dovrebbe scegliere di **venire qui** e non altrove?
6. Perché uno **studente** dovrebbe venire qui a **studiare**?

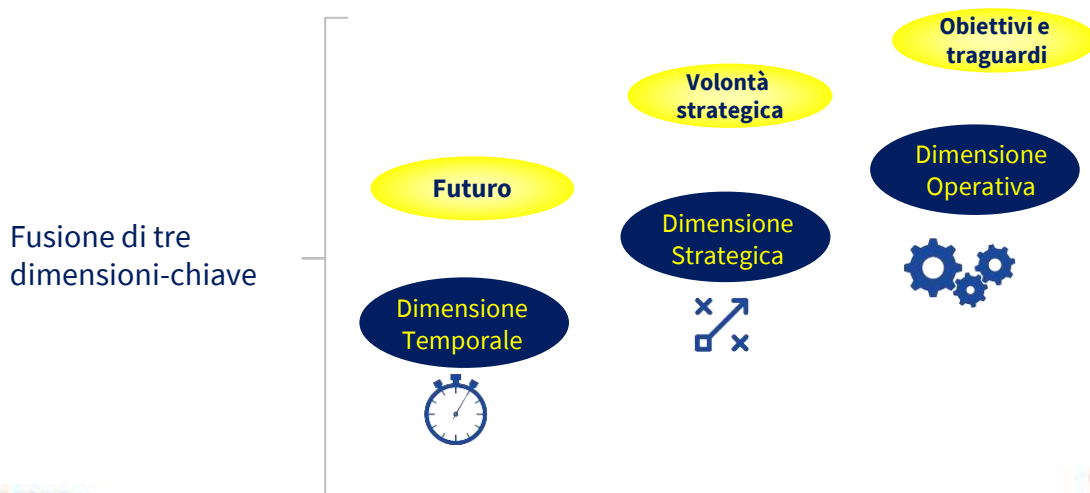


Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti, 2023





## Cos'è una visione strategica secondo The European House – Ambrosetti



**TEHA**

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti, 2023



## Una visione-Paese «unificante» sul turismo sostenibile

**Primati** del patrimonio turistico italiano



“Essere **IL** Paese di riferimento a livello internazionale per il Turismo Sostenibile”



**Tutti i settori di attività** del Paese

**TEHA**

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti, 2023



## Per rendere concreta questa visione è necessario agire su 4 dimensioni

1

Istituire un **Osservatorio permanente sul turismo sostenibile** che possa monitorare il percorso di sviluppo del settore e coinvolga tutti gli stakeholder appartenenti alla filiera

2

Sviluppare una **metrica standard e condivisa** a livello internazionale per la misurazione del valore economico, sociale e ambientale del turismo sostenibile e monitorare i progressi dei diversi Paesi

3

Prevedere un **riconoscimento**, anche a livello istituzionale, **del Turismo Sostenibile e delle sue declinazioni settoriali**

4

Dare attuazione al **Digital and Sustainable Tourism Hub**, previsto come investimento nel PNRR, centralizzando la differenziata offerta italiana in un unico portale digitale dedicato al turismo sostenibile, anche come vetrina internazionale per tutte le PMI del settore



Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti, 2023



## Indice dei contenuti

- Obiettivi, metodologia e cantieri di lavoro
- Lo scenario internazionale del turismo e quali impatti per l'Italia
- Il valore generato dalla filiera del turismo e il contributo alla transizione sostenibile dell'Italia
- Le diverse tipologie di turismo e le sinergie intersettoriali: quali benefici per il sistema-Paese
- Il turismo sostenibile in Italia: quali linee d'azione per il futuro
- **Principale bibliografia di riferimento**



## Per l'elaborazione del Rapporto Strategico sono state utilizzate le seguenti fonti documentali (1/5)

---

- Aida Bureau Van Dijk, 2022
- Associazione Turismo Enogastronomico, “Rapporto Turismo e Sostenibilità”, 2023
- Assolombarda, “Osservatorio Turismo”, 2023
- Banca d'Italia, “Rapporto sul turismo”, 2018
- Banca d'Italia, “Indagine sul turismo internazionale”, 2022
- Banca IFIS, “Rapporto sullo Sport”, 2023
- Carlo Cici, “Turismo Sostenibile. Dalla teoria alla pratica”, 2001
- Cassa Depositi e Prestiti, “Brief La ripresa turistica in Italia”, 2023
- Commissione Europea, “Conti satellite in UE”, 2023
- Consiglio Nazionale delle Ricerche, “Rapporto sul Turismo Italiano”, 2020
- Consiglio Nazionale delle Ricerche, “Rapporto sul Turismo Italiano”, 2022
- DestiMED, “A guide to plan and promote Ecotourism”, 2019
- Ecounion, “Blue tourism study”, 2019

**TEHA**



## Per l'elaborazione del Rapporto Strategico sono state utilizzate le seguenti fonti documentali (2/5)

---

- ENIT, “Osservatorio Open Air”, 2022
- ENIT, “Turismo enogastronomico”, 2021
- ENIT, “Turismo Escursionistico”, 2023
- ENIT, “Turismo Openair”, 2022
- European Commission, “Transition Pathway for tourism”, 2022
- European Council, “Tourism Dashboard”, 2023
- Eurostat, “Tourism Industries – monthly data”, 2023
- Eurostat, “Trips by main mode of transport”, 2023
- Fondazione Fiera Milano, “Rapporto congressi e eventi”, 2022
- G20, “Tourism and SDG Dashboard”, 2023
- Governo Italiano, “Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza”, 2021
- ISNART, “Turismo Sportivo Report”, 2022
- ISPRA, “Annuario dei dati ambientali – Turismo”, 2023

**TEHA**



## Per l'elaborazione del Rapporto Strategico sono state utilizzate le seguenti fonti documentali (3/5)

---

- Istituto Nazionale di Statistica (Istat), “Competitività delle imprese”, 2023
- Istituto Nazionale di Statistica (Istat), “Conti e aggregati economici nazionali”, 2023
- Istituto Nazionale di Statistica (Istat), “Conto satellite del turismo Nota Metodologica”, 2023
- Istituto Nazionale di Statistica (Istat), “Conto Satellite del Turismo”, 2020
- Istituto Nazionale di Statistica (Istat), “Indicatori del Turismo”, 2020
- Istituto Nazionale di Statistica (Istat), “Piano Strategico Turismo 2023-2027”, 2023
- Istituto Nazionale di Statistica (Istat), “Tabelle delle interdipendenze settoriali input-output”, 2023
- InfoCamere, Movimprese, 2023
- Legambiente-Isnart, “Viaggiare con la bici”, 2020
- Legambiente-Isnart, “Viaggiare con la bici”, 2023
- Mediobanca, “Il settore vinicolo in Italia”, 2023
- Mediobanca, “Turismo in Italia numeri e potenziale di sviluppo,” 2019
- Ministero del turismo, “PNRR Turismo 4.0”, 2021

**TEHA**



## Per l'elaborazione del Rapporto Strategico sono state utilizzate le seguenti fonti documentali (4/5)

---

- Oxford Economics, “Metodologia del CST”, 2022
- Parlamento Europeo, “From responsible best practices to sustainable tourism development”, 2016
- The European House – Ambrosetti, “Il futuro dell’industria italiana tra resilienza, rilancio dopo la crisi sanitaria globale e competitività di lungo periodo”, 2020
- The European House – Ambrosetti, “Italian sounding: quanto vale e come trasformarlo in made in Italy”, 2023
- The European House – Ambrosetti, “La Roadmap del futuro per il Food&Beverage: quali evoluzioni e quali sfide per i prossimi anni”, 2023
- The European House – Ambrosetti, “La (R)evoluzione Sostenibile della filiera agroalimentare italiana”, 2023
- The European House – Ambrosetti, “Lo sviluppo della mobilità lenta nel territorio lariano”, 2022
- The European House - Ambrosetti, “Musei pubblici - Un patrimonio strategico per il sistema-Italia”, 2023
- The European House – Ambrosetti, “Strategia di Sviluppo Locale per la Lomellina per il periodo di programmazione 2023-2027”, 2023
- The European House – Ambrosetti, “Piano del Mare, strumento di programmazione e strategia”, 2023

**TEHA**



## Per l'elaborazione del Rapporto Strategico sono state utilizzate le seguenti fonti documentali (5/5)

---

- The European House - Ambrosetti, *“Sustainable Tourism: towards a just transition”*, 2022
- The European House - Ambrosetti, Studio Strategico *“Il futuro dell'industria italiana”*, 2020
- The European House - Ambrosetti, *“Verso Sud”*, 2021
- Time2Marketing, *“Primi 5 comuni per presenze turistiche”*, 2022
- UNWTO, *“Tourism Data Dashboard”*, 2023

