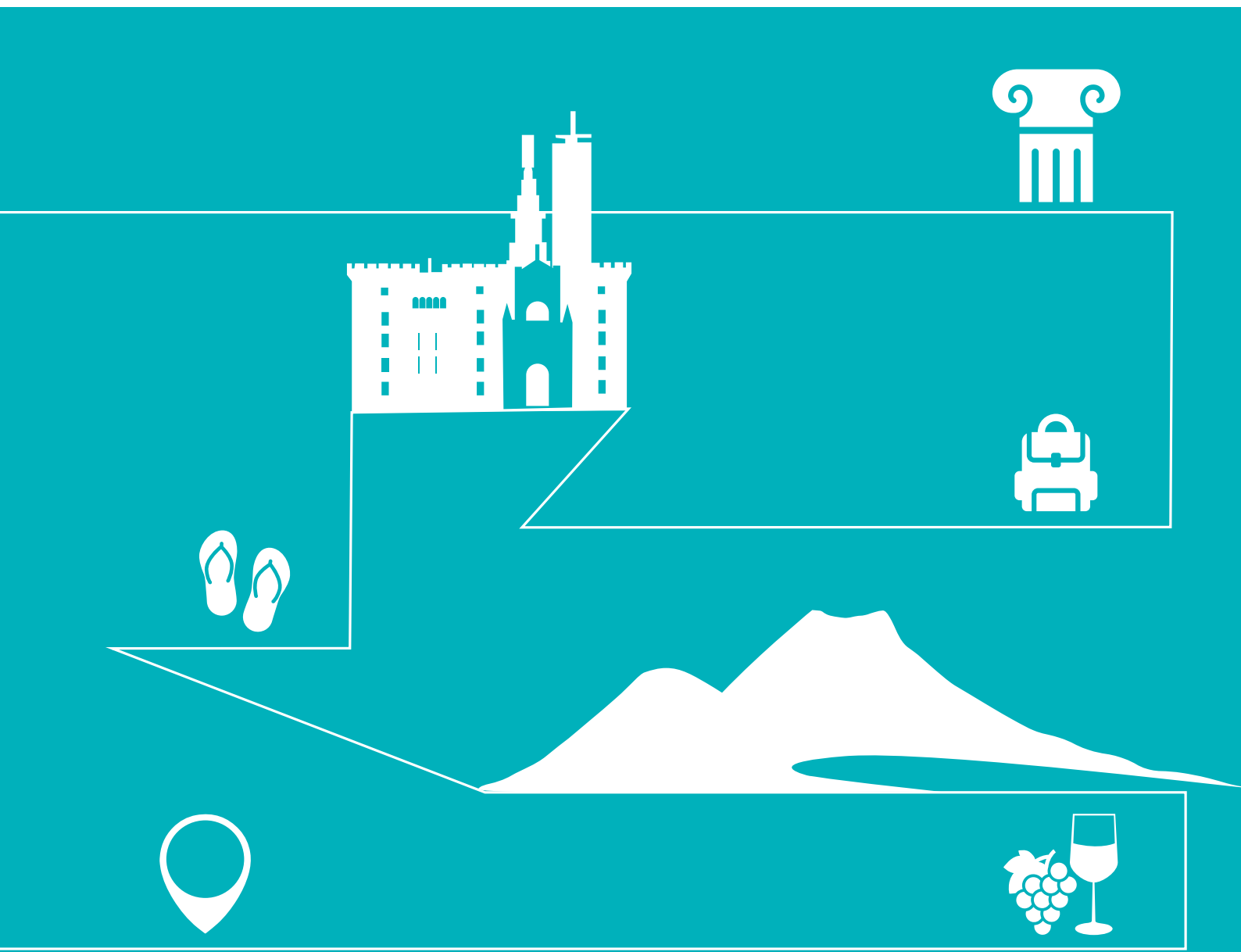


2024. Numeri, impatti e tendenze del turismo in Campania. Il ruolo della città di Napoli



SRM

Via Toledo 177
80134 Napoli
comunicazione@sr-m.it
sr-m.it

I Saggi per il Mezzogiorno contribuiscono insieme agli altri studi di SRM a tracciare il profilo competitivo dell'Area, gli scenari economico-strutturali, l'evoluzione organizzativa e innovativa del sistema produttivo, dei servizi, le interconnessioni interregionali, i processi di internazionalizzazione e di trasformazione tecnologica.

Il team di ricerca

Direttore

Massimo DEANDREIS

Autori

Salvio CAPASSO (Coordinatore)

Agnese CASOLARO

Autilia COZZOLINO

Concept e grafica: Raffaella QUAGLIETTA

DISCLAIMER

Le analisi contenute nella ricerca rappresentano i risultati di uno specifico progetto di SRM e non hanno la pretesa di essere esaustivi, inoltre non impegnano né rappresentano in alcun modo il pensiero e l'opinione dei Soci fondatori ed ordinari di SRM. La ricerca ha finalità esclusivamente conoscitiva e informativa, e non costituisce, ad alcun effetto, un parere, un suggerimento di investimento, un giudizio su aziende o persone citate. Le informazioni proposte sono ricavate da fonti ritenute da SRM affidabili, ma non sono necessariamente complete, e l'accuratezza delle stesse non può essere in alcun modo garantita. SRM, inoltre, non è responsabile dei fatti, delle opinioni e dei dati contenuti nelle sezioni non elaborate direttamente. La riproduzione fedele del testo, anche parziale, può essere effettuata solo con la citazione della fonte.

Pubblicazione aggiornata con dati e informazioni disponibili a febbraio 2024.

Indice

Highlights	4
1. Le caratteristiche del settore turistico della Campania con focus su Napoli	7
2. Lo scenario al 2023	11
3. Il valore e le potenzialità economiche della filiera turistica campana	18
4. Previsioni e linee di policy	21

Highlights

- Nel 2022, l'Italia ha attirato 118,5 milioni di arrivi per 412 milioni di giorni di pernottamento. Di questi flussi, il Mezzogiorno è destinatario di poco meno del 20%. In particolare, ha registrato 21,8 milioni di arrivi turistici (18% sul totale Italia) e 79,6 milioni di presenze (19% sul totale Italia).
- In tale ambito, come si posiziona la Campania? La regione esprime, nel 2022, quasi un quarto della domanda turistica meridionale, vale a dire 5,2 milioni di turisti per 17,7 milioni di notti, che segnano una permanenza media di 3,4 notti. È una domanda più internazionalizzata (46% sono turisti stranieri, al Sud il 36%, in Italia il 46,5%) e destagionalizzata (il 73% delle presenze tra maggio e settembre; al Sud il 79,5%, in Italia il 69,4%) rispetto al Mezzogiorno ma ancora non ha raggiunto gli standard nazionali.
- Se nel 2022, nonostante una crescita delle presenze del 65,7% (al Sud +36,5%, Italia 42,5%), ancora non erano stati raggiunti i livelli pre-pandemici (la regione aveva recuperato l'81% delle presenze nel 2022, meno di quanto avesse fatto il Mezzogiorno, 92%, e l'Italia, 94%), il 2023 è stato l'anno del rilancio, grazie al ruolo di Cultura, Natura e Attrattività del made in Italy.
- In particolare, per il 2023, in Italia, i primi dati Istat ci indicano una crescita della domanda che, in termini assoluti, ha portato le presenze a 431 milioni, pari al +4,6% rispetto al 2022 (il 98,7% rispetto al 2019). Va sottolineato, in riferimento alla provenienza, che nel 2023 il peso delle presenze straniere è stato pari al 51,6% e, per la prima volta, anche il peso degli arrivi stranieri ha superato il 50% del totale (50,2%).
- Le prime stime parziali per il Mezzogiorno segnalano una variazione più bassa, di circa 2 p.p. in meno rispetto al dato nazionale, a causa di diversi fattori, quali una sofferenza della domanda domestica negli ultimi mesi dell'anno dovuta ad una maggiore sensibilità all'aumento dei prezzi, date le caratteristiche della domanda e della tipologia di turismo prevalente nell'area. A ciò si aggiunge un minore rimbalzo della componente internazionale per la maggiore concorrenza del bacino mediterraneo, nonché fenomeni specifici che hanno portato alla chiusura dell'aeroporto di Catania per un periodo di tempo nella stagione estiva. Diversamente, per la Campania, le prime stime evidenziano un consolidamento della ripresa della domanda, soprattutto di quella straniera, recuperando i livelli pre-covid. In particolare, si stima una crescita in linea al dato nazionale.
- Per il 2024, lo scenario base prevede che venga conservata la situazione attuale, sia per l'Italia che per il Mezzogiorno. Anche per la Campania si ipotizza un 2024 positivo, trainato sempre dal turismo internazionale, al netto di eventuali peggioramenti degli scenari geoeconomici e geopolitici internazionali.

- L'attrattività della regione Campania è legata a molteplici e variegati aspetti, in grado di coinvolgere più e vari target turistici con diverse motivazioni di viaggio. È, infatti, conosciuta per il suo patrimonio storico/archeologico: ben 6 dei 59 siti iscritti nella Lista del patrimonio mondiale UNESCO sono ubicati in Campania. A ciò si aggiunge il suo patrimonio naturale (Capri, Sorrento e la Costiera Amalfitana), la sua tradizione culinaria (è la regione numero 9 in Italia per prodotti DOP IGP STG) nonché la qualità dei suoi mari (si contano ben 19 comuni bandiera blu su 226 presenti in Italia). Dal rapporto Turismo&Territorio¹ di SRM si evince che rispetto all'analisi delle 98 regioni dell'area UE4 (Italia, Spagna, Francia e Germania) per il loro grado di "competitività turistica" (ICTR), la regione presenta un indicatore di 123,7, superiore alla media europea (100) e nazionale (122,8) ma inferiore alla media dei Top 30 Paesi (143,5), posizionandosi al 23° posto in graduatoria, tra il Mecklenburg-V. (22°) e la Comunidad de Madrid (24°).
- Un contributo importante deriva dal ruolo della città di Napoli. Dal 2014 al 2022, il peso degli arrivi turistici della città sulla Campania è cresciuto, dal 15,5% nel 2014 al 20,8% nel 2022, raggiungendo 1 milione di arrivi e 2,7 milioni di presenze. Nel comune, il peso della domanda straniera è del 49,4%.
- L'elevata attrattività nazionale ed internazionale della città di Napoli, grazie ad un'offerta integrata che valorizza le sinergie tra la componente culturale ed enogastronomica, rappresenta un fattore di spinta quantitativa e qualitativa alla domanda turistica della regione, con risvolti anche economici. La sinergia tra i diversi tematismi attiva più filiere e questo fa sì che il valore aggiunto generato da ogni presenza turistica aggiuntiva sul territorio della Campania (167€) sia tra il più alto in Italia. Infatti, dagli studi di SRM si rileva che il turismo culturale attiva più ricchezza rispetto a quello balneare (145€ contro 128,2€) ed ancor più quello enogastronomico (151,€). In Campania è evidente la presenza di un'offerta turistica integrata che associa al balneare, il turismo culturale, l'enogastronomico ed il naturalistico.
- Le prospettive per l'immediato futuro lasciano buone speranze anche per il settore turistico napoletano. Si prevede un consolidamento delle presenze, soprattutto in riferimento alla componente straniera, mentre quella domestica raggiungerà una stabilità. È molto probabile, quindi, che la città di Napoli possa continuare la sua funzione di traino anche nel 2024, attirando un crescente numero di turisti, in una logica di pianificazione e coordinamento delle politiche strategiche per una migliore valorizzazione del turismo nella città, tenendo in considerazione tutti i temi cari ai turisti quale, ad esempio, l'overtourism. Occorre, quindi, guardare non solo alle dinamiche turistiche ma anche alla capacità di gestione dei flussi sul territorio.

¹ Turismo&Territorio. Tendenze, impatti e dinamiche d'impresa. N1 2023.

- Il turismo campano, ed in particolare napoletano, nel contesto europeo è ben posizionato ma presenta ampi margini di miglioramento. Il nuovo scenario evidenzia un consolidamento della ripresa del turismo ma con profonde «mutazioni» e forte attenzione ai nuovi driver di sviluppo quali sostenibilità e ambiente, cultura, enogastronomia e nuovi tematismi naturalistici, tecnologia e digitalizzazione. Le imprese turistiche possono rispondere ai cambiamenti grazie a politiche di gestione sia interne che territoriali. In particolare, sarà importante per le imprese investire su obiettivi “ESG e digital”, puntare su formazione, competenze e professionalità, sempre più centrali per gestire le trasformazioni competitive, nonché realizzare un adeguato dimensionamento. Non meno importanti sono, da un lato, le policy a carattere territoriale che tengano conto della capacità del sistema turistico attrattivo della Campania e della città di Napoli e, dall’altro, l’attivazione di politiche di gestione sinergica della governance pubblica per rendere la città sempre più pronta a gestire i flussi, evitando una scarsa sostenibilità della crescita, per favorire il massimo impatto socioeconomico sul territorio.

1. Le caratteristiche del settore turistico della Campania con focus su Napoli

Nel 2022 la Campania ha registrato quasi 5,2 milioni di arrivi (il 23,7% del Mezzogiorno, 4,4% dell'Italia) per circa 17,7 milioni di presenze (22,3%, 4,3% dell'Italia) evidenziando una permanenza media di 3,4 notti contro un dato meridionale di 3,6 notti (3,5 Italia).

Si tratta di una domanda napolocentrica, visto che la provincia attrae il 67% degli arrivi della regione ed il 65% delle relative presenze (vale a dire 3,4 mln di arrivi per 11,5 giorni di presenze). Scendendo ulteriormente nel dettaglio territoriale, il comune di Napoli concentra il 31% degli arrivi della provincia ed il 23% delle relative presenze.

Guardando alla provenienza, il 45,7% dei flussi è legato al turismo straniero. È una domanda più internazionalizzata rispetto al dato meridionale (36%) e più in linea al dato nazionale (46,5%). Merita attenzione la provincia di Napoli dove si rileva che su 100 turisti, ben 52 sono stranieri. Napoli, a differenza delle altre aree analizzata, già presenta, quindi, una componente straniera maggiore di quella nazionale. Nel comune, il peso della domanda straniera è del 49,4%.

Nel dettaglio, tra i Paesi esteri, prevale, in Campania, la provenienza dagli Stati Uniti, dal Regno Unito, dalla Germania e della Francia. Da tali mercati provengono 1,2 milioni di turisti, ovvero il 53% della domanda estera della regione. Il 76% di tali turisti scelgono la Campania per visitare la provincia di Napoli (949 mila turisti).

Domanda turistica al 2022

	Arrivi			Presenze		
	Residenti	Non residenti	Totale	Residenti	Non residenti	Totale
Comune Napoli	543.199	529.550	1.072.749	1.330.735	1.340.962	2.671.697
Provincia Napoli	1.651.716	1.796.264	3.447.980	5.130.896	6.399.096	11.529.992
Campania	2.809.064	2.360.256	5.169.320	9.312.047	8.439.453	17.751.500
Mezzogiorno	13.935.422	7.883.056	21.818.478	51.162.067	28.470.361	79.632.428
Italia	63.427.781	55.086.852	118.514.633	210.939.098	201.069.434	412.008.532

Tab. 1 | Fonte: SRM su dati Istat

Rispetto all'anno precedente, le presenze hanno ricevuto, nel 2022, una spinta in Campania del 65,7% e nella provincia dell'87,4% (al Sud +36,4%, in Italia +42,5%). Tuttavia, ancora non sono stati raggiunti i livelli pre-pandemici: la regione ha recuperato l'81% (la provincia di Napoli l'82%) delle presenze nel 2022, meno di quanto abbiano fatto il Mezzogiorno (92%) e l'Italia (94%).

Ricordiamo che la pandemia ha propagato i suoi effetti soprattutto in quelle città caratterizzate da una domanda culturale ed internazionale. Napoli rientra tra queste: nel 2022 la domanda è cresciuta del 83% in termini di arrivi e del 97% in termini di presenze, ma si è riusciti a recuperare soltanto rispettivamente il 78% ed il 71% dei livelli del 2019.

Domanda turistica al 2022: recupero sul 2019

	Arrivi			Presenze		
	Residenti	Non residenti	Totale	Residenti	Non residenti	Totale
Comune di Napoli	82,7%	74,2%	78,3%	81,5%	62,8%	70,9%
Provincia di Napoli	85,9%	80,3%	82,9%	85,2%	79,1%	81,7%
Campania	83,7%	80,8%	82,3%	81,8%	79,4%	80,6%
Mezzogiorno	94,4%	88,0%	92,0%	95,8%	85,8%	92,0%
Italia	95,6%	84,7%	90,2%	97,6%	91,1%	94,3%

Tab. 2 | Fonte: SRM su dati Istat

Ad ogni modo va evidenziato il ruolo della città di Napoli per lo sviluppo della domanda turistica della regione. Dal 2014 al 2022, il peso degli arrivi turistici della città sulla Campania è cresciuto, anche in riferimento alla componente internazionale, alberghiera e soprattutto extra-alberghiera.

Ciò è dovuto all'elevata attrattività nazionale ed internazionale dell'offerta culturale ed enogastronomica della città, rappresentando poi un boost quantitativo e qualitativo alla domanda turistica regione, con risvolti anche economici. Basti pensare che, come vedremo in seguito, la sinergia tra i diversi tematismi fa sì che il valore aggiunto generato da ogni presenza turistica aggiuntiva sul territorio della Campania sia i più alti in Italia.

Un potenziale turistico di qualità è un fattore importante per lo sviluppo dell'area. Ricordiamo che, su 59 iscritti nella Lista del patrimonio mondiale UNESCO, 6 sono ubicati in Campania: il Centro storico di Napoli; la Costiera Amalfitana; Aree archeologiche di Pompei, Ercolano e Torre Annunziata; il Palazzo reale di Caserta con il Parco, l'Acquedotto vanvitelliano e il Belvedere di San Leucio; il Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano con le Aree archeologiche di Paestum e Velia e la Certosa di Padula. A questi si aggiunge la chiesa di Santa Sofia (BN) appartenente al sito nazionale I Longobardi in Italia. Luoghi di potere (568-774 D.C.).

Dal punto di vista balneare, in Campania si contano ben 19 comuni bandiera blu su 226 presenti in Italia.

Non bisogna dimenticare poi le certificazioni di qualità enogastronomiche: con un totale di 58 Cibi e Vini certificati DOP IGP, è la regione numero 9 in Italia per prodotti DOP IGP STG.

Arrivi turistici: evoluzione del peso del comune di Napoli sulla regione Campania

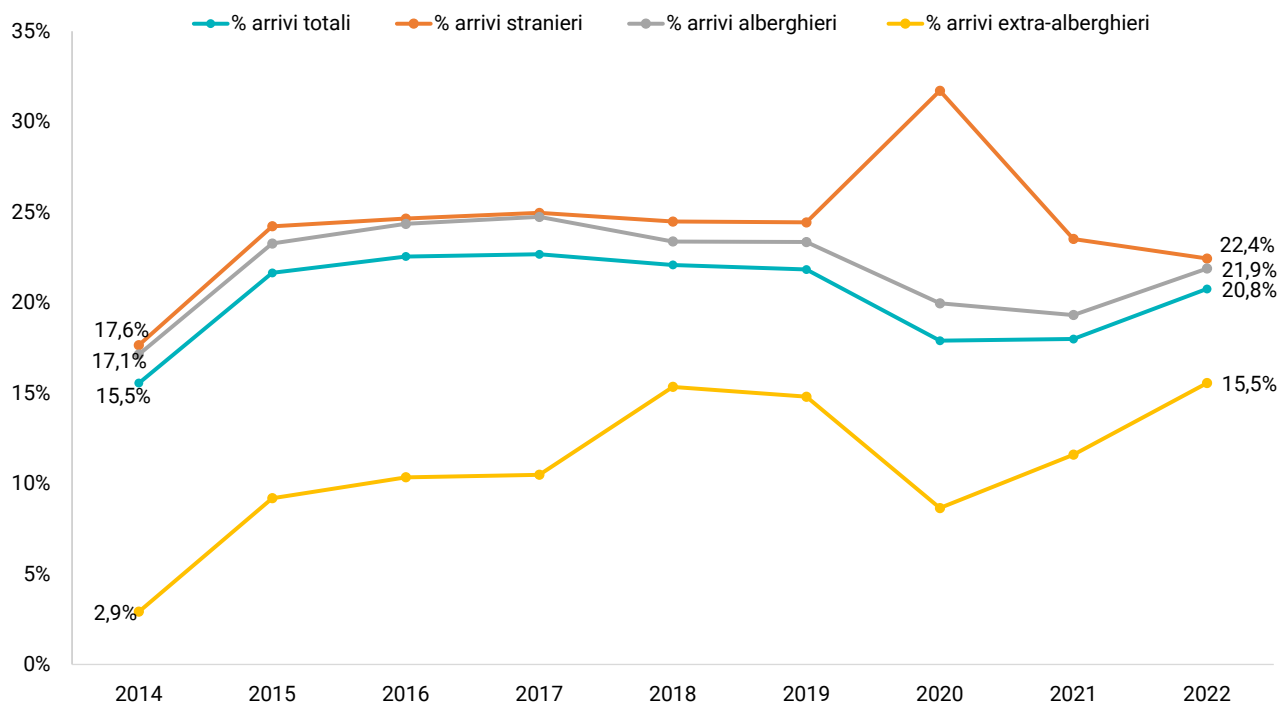


Fig. 1 | Fonte: SRM su dati Istat

Buoni i dati sull'offerta: nel 2022, con 9.026 esercizi tra alberghieri ed extra-alberghieri (il 20,3% del Mezzogiorno) la regione dispone di oltre 233mila posti letto (17,4% del Sud). Le strutture alberghiere ad alto stellaggio (alberghi 4, 5 e 5 stelle lusso) rappresentano il 36% degli alberghi complessivi ed il 56,3% dei relativi posti letto, valori superiori a quelli medi dell'area pari, rispettivamente, al 33,7% ed al 54,6% e nazionali (21,7% e 41,6%).

Nella provincia di Napoli si contano 4.190 strutture (di cui il 23% alberghi, vale a dire 953 strutture) e 233.492 posti letto (di cui il 69% in strutture alberghiere, va a dire 73.119 posti letto). La componente alberghiera ad alto stellaggio, nella provincia di Napoli, è ancora più evidente, rappresentando il 39,5% del numero degli alberghi ed il 61,3% dei relativi posti letto.

In riferimento alla città di Napoli, si rilevano 1.038 strutture ricettive (un quarto del dato della provincia) e 18.977 posti letto (il 18% del dato della provincia). Gli alberghi sono 165, di cui il 38% di alto stellaggio, mentre le strutture complementari sono 873.

Dal rapporto Turismo&Territorio di SRM si evince che il turismo campano nel contesto europeo è ben posizionato ma presenta ampi margini di miglioramento. Rispetto all'analisi delle 98 regioni dell'area UE4 (Italia, Spagna, Francia e Germania) per il loro grado di "competitività turistica" (ICTR), la regione presenta un indicatore di 123,7, superiore alla media europea (100) e nazionale (122,8) ma inferiore alla media dei Top 30 Paesi (143,5), posizionandosi al 23° posto in graduatoria, tra il Mecklenburg-V. (22°) e la Comunidad de Madrid (24°).

Nell'analisi dei sottostanti indicatori parziali, la regione sale in graduatoria posizionandosi al 22° posto per l'Indice di Performance Turistica Regionale (IPTR) che sintetizza la domanda turistica, ed ancor più, al 10°, se si considera l'offerta rappresentata dall'Indice di Struttura Turistica Regionale (ISTR), mentre scende al 61° per l'Indice di Intensità Turistica Regionale (IITR).

Ricordiamo che la regione ed in particolare la provincia di Napoli si contraddistinguono, oltre che per un livello di internazionalizzazione della domanda migliore del dato meridionale, anche per una inferiore permanenza media (3,3 giorni a Napoli, 3,4 in Campania, contro 3,6 al Sud e 3,5 Italia), ed una stagionalità minore rispetto al dato meridionale, grazie ad una pluritematicità turistica che consente di spalmare meglio la domanda turistica anche nella stagione non estiva (il 67,5% delle presenze nella provincia di Napoli si concentra nei mesi maggio-settembre, il 73% in Campania, al Sud il 79,5% mentre in Italia il 69,4%).

2. Lo scenario al 2023

In base agli ultimi dati disponibili, si stima che nel mondo, nel 2023, abbiano viaggiato a livello internazionale 1.286 milioni di turisti, con un aumento del 34% rispetto agli stessi mesi del 2022, anche se il 12% in meno rispetto al 2019. Ancora non sono stati recuperati, quindi, i livelli del 2019 (88%). (UNWTO)

L'Europa, che è la più grande regione di destinazione al mondo, ha raggiunto il 94% dei livelli pre-pandemia, sostenuta da una robusta domanda intraregionale. (UNWTO)

In Italia, invece, per il 2023 si contano 125 milioni di arrivi turistici (per 431 milioni di presenze, +4,6% sul 2022 ma -1,3% sul 2019) che, pur se in crescita del 5,5% rispetto al 2022, non raggiungono ancora il livello del 2019 rappresentandone il 95,2%. (Fonte: Istat)

In riferimento alla provenienza, va segnalata la spinta della componente straniera. In particolare, gli arrivi stranieri crescono nel 2022-2023 del 14%, recuperando il 96,6% del dato pre-covid, mentre le presenze crescono del 10,7%, superando i livelli pre-covid (100,9%). Grazie alle suddette tendenze, la domanda turistica risulta più internazionalizzata. In particolare, le presenze straniere pesano il 51,6% sul totale e, per la prima volta, anche gli arrivi stranieri superano il 50% (50,2%).

Italia: domanda turistica in strutture ricettive al 2023

	Arrivi			Presenze		
	Mondo	Paesi esteri	Italia	Mondo	Paesi esteri	Italia
Anno 2023 (mln)	125,0	62,8	62,2	431,1	222,6	208,5
Crescita 2022-2023	5,5%	14,0%	-1,9%	4,6%	10,7%	-1,1%
Recupero del 2023 sul 2019	95,2%	96,6%	93,7%	98,7%	100,9%	96,5%

Tab. 3 | Fonte: SRM su dati Istat

Le prime stime parziali per il Mezzogiorno segnalano una variazione più bassa, di circa 2 p.p. in meno rispetto al dato nazionale, a causa di diversi fattori, quali una sofferenza della domanda domestica negli ultimi mesi dell'anno dovuta ad una maggiore sensibilità all'aumento dei prezzi, date le caratteristiche della domanda e della tipologia di turismo prevalente nell'area. A ciò si aggiunge un minore rimbalzo della componente internazionale per la maggiore concorrenza del bacino mediterraneo, nonché fenomeni specifici che hanno portato alla chiusura dell'aeroporto di Catania per un periodo di tempo nella stagione estiva.

A livello regionale, diversi sono i territori con dei risultati oltre le medie in quanto interessati da dinamiche turistiche positive. Si può dire che il 2023 sia stato, per diverse regioni italiane, l'anno del grande rilancio grazie al ruolo della Cultura, Natura e Attrattività del made in Italy.

È il caso della Campania, che sta vivendo un momento di grande successo con numeri da record.

Le prime stime evidenziano un consolidamento della ripresa della domanda, soprattutto di quella straniera, recuperando i livelli pre-covid. In particolare, si stima una crescita in linea al dato nazionale.

E questo perché, benché la regione abbia da sempre attratto visitatori con la sua ricchezza storica, culturale e paesaggistica, negli ultimi anni sembra esserci stata una riscoperta del territorio.

L'attrattività della regione è legata a molteplici e variegati aspetti, in grado di coinvolgere più e vari target turistici con diverse motivazioni di viaggio. È, infatti, conosciuta per le sue città d'arte (si pensi a Napoli), il suo patrimonio storico/archeologico (scavi di Pompei) il suo patrimonio naturale (Capri, Sorrento e la Costiera Amalfitana) la sua tradizione culinaria, ecc.

Da un recente studio ISNART² emergono alcune caratteristiche peculiari del turismo in Campania, a partire dalla tipologia di turista che visita la regione. L'identikit del turista, nello specifico, è giovane, in coppia, medio spendente e soddisfatto della sua scelta. La metà dei turisti della Campania, nel 2023, appartiene infatti alla generazione Y e Z (nati dopo il 1981): secondo le stime, entro il 2030 rappresenteranno il 70% del mercato turistico globale.

Si vede, inoltre, come nei mesi estivi la maggior parte del turismo è straniero (prevalentemente dal Nord America 30%), mentre d'inverno è maggiormente domestico (64%): la Campania rimane legata ad un concetto di long-break all'estero, mentre gli italiani cominciano ad apprezzare le potenzialità della vacanza fuori stagione.

Grazie alle molteplici attrazioni presenti sul territorio, la Campania riesce ad attrarre diverse tipologie di turista: Napoli e Caserta (49,7% e 39,4%) sono scelti per la cultura, Salerno per il mare (26,9%) e Avellino per l'enogastronomia (28,9%). Nel periodo post-pandemico è cresciuto l'interesse per la natura, il relax e l'enogastronomia. La crisi sanitaria ha cambiato per sempre il nostro modo di vivere ed esperire il turismo: dal periodo post-pandemico turisti privilegiano attività all'aria aperta, posti autentici lontani dall'overtourism e che facciano vivere loro esperienze immersive (61,1%), seguito dal relax in riva al mare (36,6%).

² ISNART (2024), Le performance turistiche della Campania secondo l'Osservatorio del turismo delle Camere di commercio: dall'analisi dei dati 2023 alle prospettive per il 2024.

Il turista in Campania ha un preciso identikit

- 2 su 5 viaggiano in coppia (senza bambini).
- La metà dei turisti appartiene alla generazione Y e Z (nati dopo il 1981).
- D'estate più turismo straniero (76% del totale nei mesi luglio-agosto), d'inverno più turismo italiano (64% dic-gen).
- Si privilegiano attività all'aria aperta, posti autentici lontani dall'overtourism e che facciano vivere esperienze immersive: 61,1% esperienze (gite ed escursioni), 36,6% mare, 30,3% attività culturali, 22% enogastronomia.

Motivazioni di viaggio per provincia

TURISTA CULTURALE	
Napoli	49,7%
Caserta	39,4%
Benevento	37,8%

TURISTA ENOGASTRONOMICO	
Avellino	28,9%
Caserta	25,2%
Benevento	25,0%



TURISTA BALNEARE	
Salerno	26,9%
Caserta	23,9%
Napoli	22,0%

TURISTA NATURALISTICO	
Napoli	26,6%
Caserta	16,1%
Benevento	14,3%

Fonte: SRM su Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

... e mostra una buona soddisfazione per l'esperienza vissuta

Avellino	Benevento	Caserta	Napoli	Salerno
7,7	7,3	7,6	7,8	7,9

Fonte: SRM su Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

Il giudizio sull'offerta turistica nel suo complesso è pari a 7,8 con il dato per Napoli pressoché in linea. Emerge un particolare gradimento dell'offerta enogastronomica ma anche margini di miglioramento.

L'analisi ISNART sottolinea come, dal lato dell'offerta, in Campania si concentra il 6,7% degli alloggi Airbnb disponibili in Italia con un aumento del 17,5% rispetto al mese di agosto 2022. La provincia con il maggior numero di alloggi è Napoli, seguita a distanza da Salerno.

Nuovi e crescenti flussi turistici, tanto domestici quanto esteri, hanno quindi via via fatto accrescere la popolarità della regione (e, specificatamente, della città di Napoli) che, al contempo, sta vivendo una trasformazione anche dal punto di vista dell'offerta con il potenziamento delle infrastrutture e un miglioramento dei servizi.

Un ruolo fondamentale nella dinamica del turismo in Campania è giocato dall'aeroporto di Napoli per il quale il 2023 è stato il miglior anno di sempre con quasi 12,4 milioni di passeggeri e un incremento del 13,5% sul 2022 e del 14,1% sul 2019. Particolarmente significativa è stata la quota di traffico internazionale, corrispondente a 8,3 milioni di passeggeri mentre il segmento nazionale si attesta su 4,1 milioni. L'attivazione e il rafforzamento di nuove tratte hanno contribuito in maniera significativa all'incremento del traffico: durante il periodo di massimo picco, 113 destinazioni, in 34 Paesi, sono state collegate con volo diretto da Napoli, di cui 16 nazionali e 97 internazionali, incluso i principali hub europei e due intercontinentali.

Guardando al prossimo futuro, si prevede un trend in ulteriore crescita, anche in considerazione degli investimenti infrastrutturali che consentiranno l'apertura dello scalo di Salerno-Costa d'Amalfi per luglio 2024.

Un recente studio (Nomisma) ha valutato l'impatto socioeconomico dell'Aeroporto per evidenziarne il ruolo strategico per lo sviluppo del turismo e delle attività industriali, logistiche e commerciali del territorio: ne è emerso come lo scalo genererebbe complessivamente un valore aggiunto pari a 4,2 miliardi di euro e circa 112mila occupati (circa il 6,5% dei posti di lavoro totali regionali), contribuendo al 4,2% del Pil regionale.

La componente straniera è, quindi, di particolare rilevanza, come emerge anche dai dati sulla spesa dei viaggiatori stranieri (Banca d'Italia). Per i primi 9 mesi del 2023, in Campania questa è stata pari ad oltre 2,6 miliardi di euro (circa il 35% di quanto speso nel Mezzogiorno e al 6,4% del totale Italia) con una crescita del 26,3% rispetto all'analogo periodo del 2022 e del 35,8% rispetto ai primi nove mesi del 2019; crescita significativamente più alta (o comunque in linea) di quanto registrato mediamente per la macroarea (+20,2% sul 2022 e +38% sul 2019) e per il Paese (+15,9% sul 2022 e +16,7% sul 2019). A fronte di tali performance, i viaggiatori stranieri in regione nei primi 9 mesi dell'anno sarebbero pari ad oltre 4,2 milioni contro i 3,5 milioni dei primi nove mesi del 2022 (+20,3% sul 2022 e +7,9% sul 2019).

La spesa dei viaggiatori stranieri per area geografica. Trend III (2019/2023). Var. %

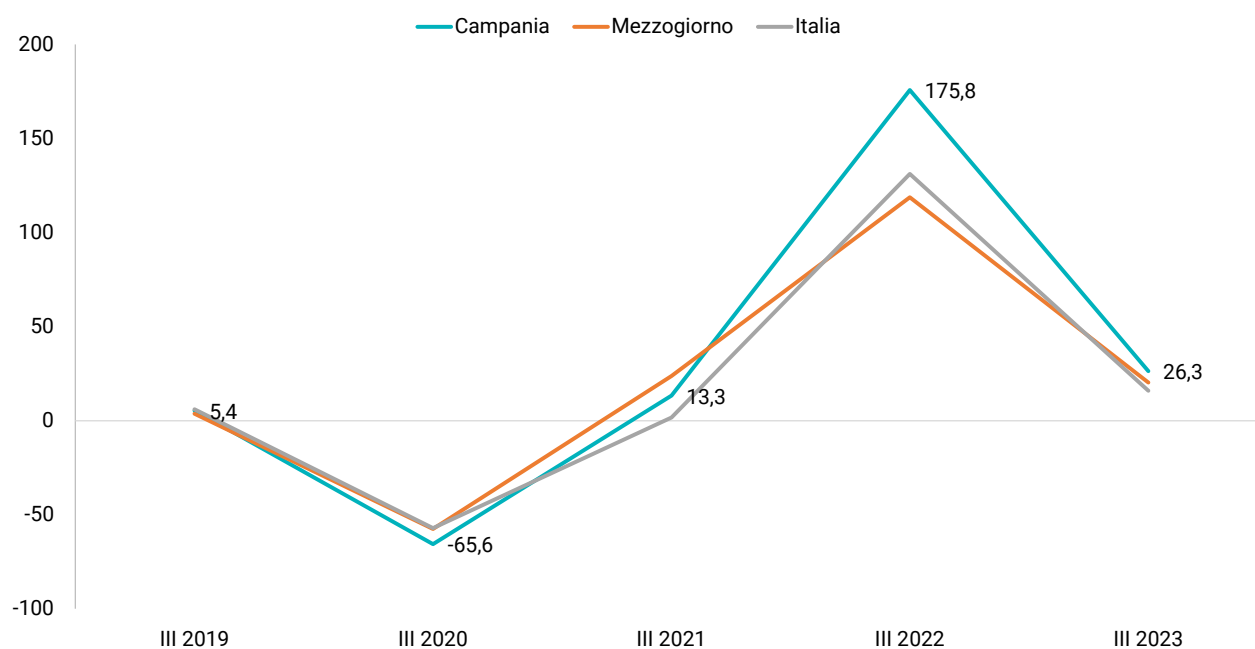


Fig. 2 | SRM su Banca d'Italia

I viaggiatori stranieri per area geografica. Trend III (2019/2023). Var. %

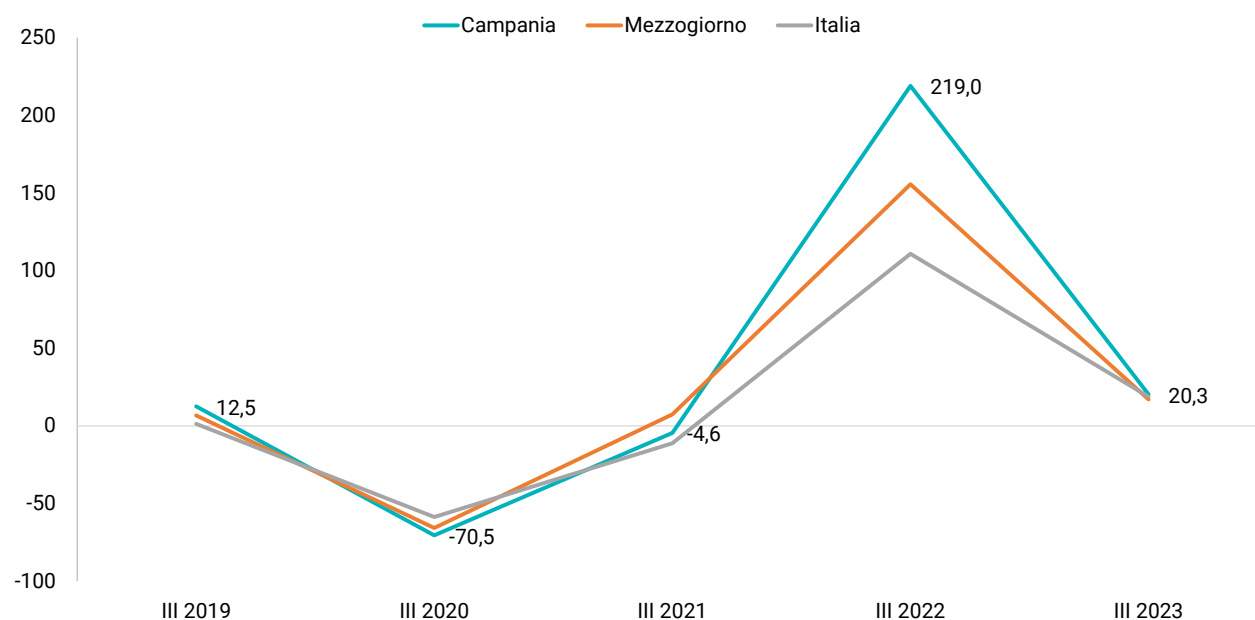


Fig. 3 | SRM su Banca d'Italia

Parallelamente all'aumento della domanda, c'è stato un irrobustimento dell'offerta che, anche in questo caso, ha visto per la Campania - e, in particolare, per Napoli - delle performance che vanno al di là delle medie territoriali. Nello specifico, se si considerano le attività di alloggio (codice Ateco I55 – dati Movimprese), a fine 2023 si contano in Campania 6.501 unità, pari a poco meno di un terzo del totale meridionale e in crescita del 10,9% rispetto al 2022 (+8% per il Sud e +4,9% per l'Italia) e del 29,8% rispetto al 2019 (+26,4% per il Sud e +11,7% per l'Italia).

Rilevante è il contributo della provincia di Napoli che rappresenta il 58,4% delle imprese regionali del settore (in valore assoluto 3.796) con una crescita del 13,7% rispetto al 2022 e una del 35,2% rispetto al 2019.

Le imprese del comparto "Alloggio". Anno 2023

	2023	Var. % 2023/2019	Var. % 2023/2022
Napoli	3.796	35,2	13,7
Campania	6.501	29,8	10,9
Mezzogiorno	21.159	26,4	8,0
Italia	63.023	11,7	4,9

Tab. 4 | Fonte: SRM su dati Movimprese

Le strutture turistiche, quindi, aumentano e con esse anche gli investimenti nel settore.

In merito, ricordiamo come già la Survey alle imprese ricettive³ realizza da SRM nel corso del 2023 su un campione di 400 unità metteva in luce tale aspetto: oltre il 50% delle imprese meridionali intervistate ha dichiarato di aver realizzato investimenti nell'ultimo triennio (in Italia il 46%) e gli investimenti hanno riguardato prevalentemente interventi di carattere straordinario e l'ampliamento delle strutture, concentrandosi meno su interventi di semplice rinnovo dei locali, prevalenti, invece, nelle altre ripartizioni geografiche.

Le imprese meridionali mostravano una maggiore propensione a realizzare investimenti anche per il futuro: il 42% delle imprese ricettive del Sud prevedeva di realizzare investimenti nel triennio 2023/2025, contro il 36% a livello nazionale. Quanto alle aree di intervento degli investimenti, emergeva una maggiore propensione a voler investire in sostenibilità ambientale, riqualificazione ed efficientamento energetico e in tecnologia e digitale.

³ Per approfondimenti: SRM (2023), "La voce delle imprese: tra investimenti e strategie di governance" in Turismo&Territorio. Tendenze, impatti e dinamiche d'impresa.

Imprese e investimenti: andamento e previsioni (% imprese)

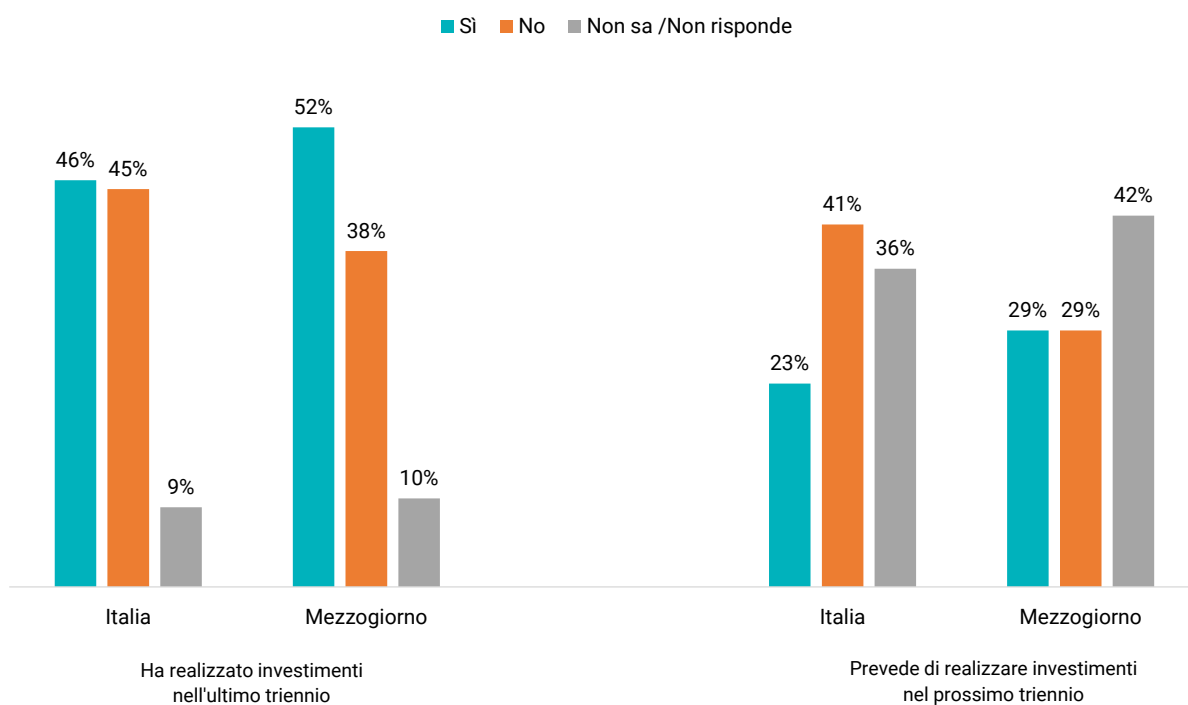


Fig. 4 | Fonte: Survey SRM 2023

3. Il valore e le potenzialità economiche della filiera turistica campana

L'economia del turismo in Campania gioca un ruolo importante: il settore genera un valore aggiunto di 6,3 miliardi di euro (7% del Paese) ed esprime 6,4% del Pil della regione (in Italia il 6,0%). Se si considera il Pil diretto, indiretto ed indotto il peso in Campania arriva quasi al 12%. Dall'ultimo aggiornamento di SRM risulta che la Campania, a parità di spesa, per ogni presenza aggiuntiva nella regione, genera 167€ di valore aggiunto, tra i più alti a livello nazionale (la media Italia è 144€, mentre quella meridionale è di 131,7€).

Moltiplicatore di presenza: valore aggiunto per ogni presenza aggiuntiva sul territorio. (€) Anno 2019

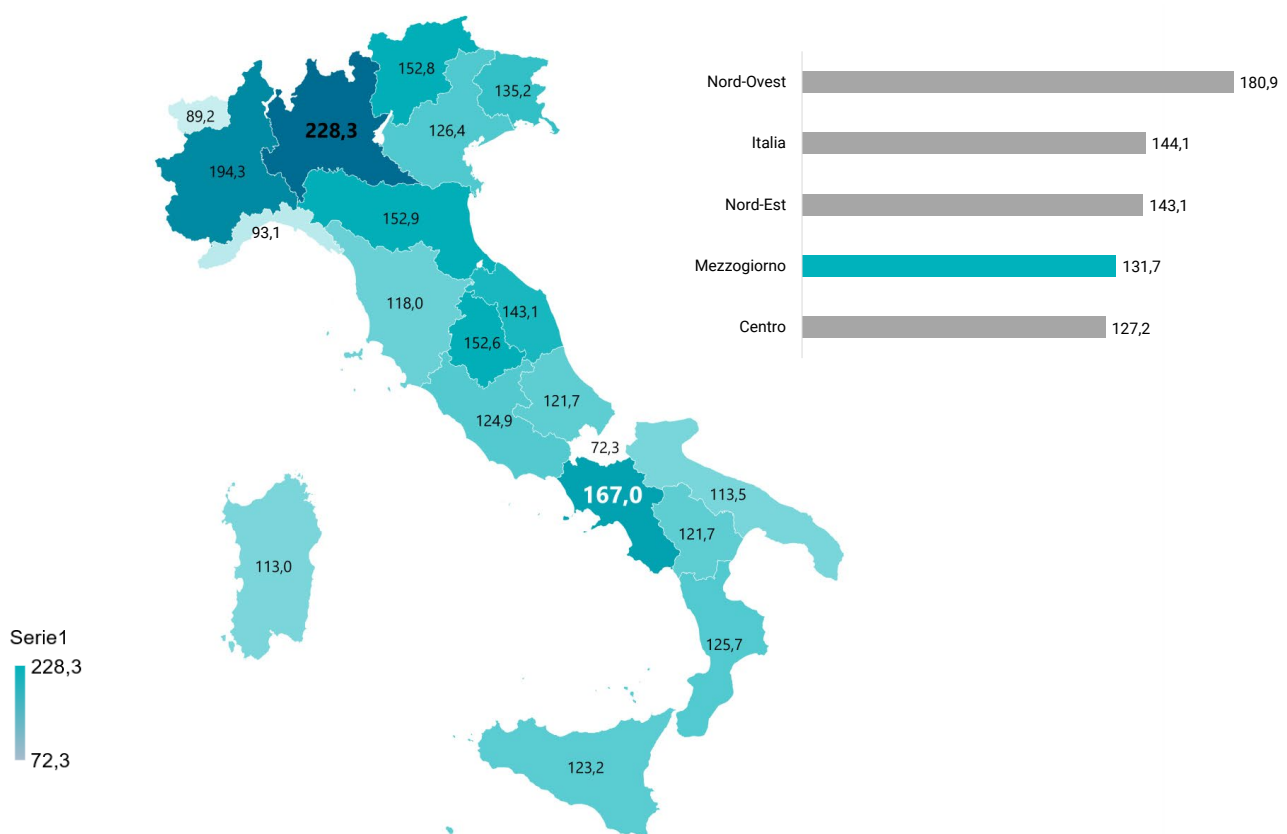


Fig. 5 | Fonte: elaborazione e stime SRM

La diversificazione evidenzia che sull'effetto moltiplicativo regionale non conta tanto quanto si spende ma come e su cosa si spende (in termini di composizione dei beni e servizi). La capacità endogena di creazione di ricchezza, in relazione all'aumento di presenze turistiche, cambia in base alla tipologia di turismo.

Ne deriva che, riosservando le diversità regionali si nota che le regioni caratterizzate da un turismo prevalentemente balneare hanno un impatto sul Pil (sempre a parità di spesa) inferiore rispetto a regioni che hanno un turismo, come la Campania, più centrato su tematismi come cultura ed enogastronomia.

Infatti, 100€ spesi in località balneari, per acquisto, ad esempio, di servizio spiaggia e bar/ ristorante, hanno un effetto diverso sulla crescita del Pil regionale rispetto alla stessa somma spesa in località culturali (distribuita ad esempio tra biglietti, ristoranti, guide museali e gadget vari). In quest'ultimo caso, è chiaro che vengono attivate più filiere produttive (rispetto alla spesa del turista balneare) per cui quella presenza aggiuntiva – a parità di spesa rispetto al balneare - determina una maggiore generazione di valore aggiunto e quindi di Pil sul territorio.

Ecco, quindi, che il turismo culturale attiva più ricchezza rispetto a quello balneare ed il moltiplicatore cresce se si considera il turismo sostenibile (150,6€), enogastronomico (151,7€) ed ancor più quello d'affari (176,6€).

Moltiplicatore di presenza per tematismi: valore aggiunto per ogni presenza aggiuntiva sul territorio. (€) Anno 2019

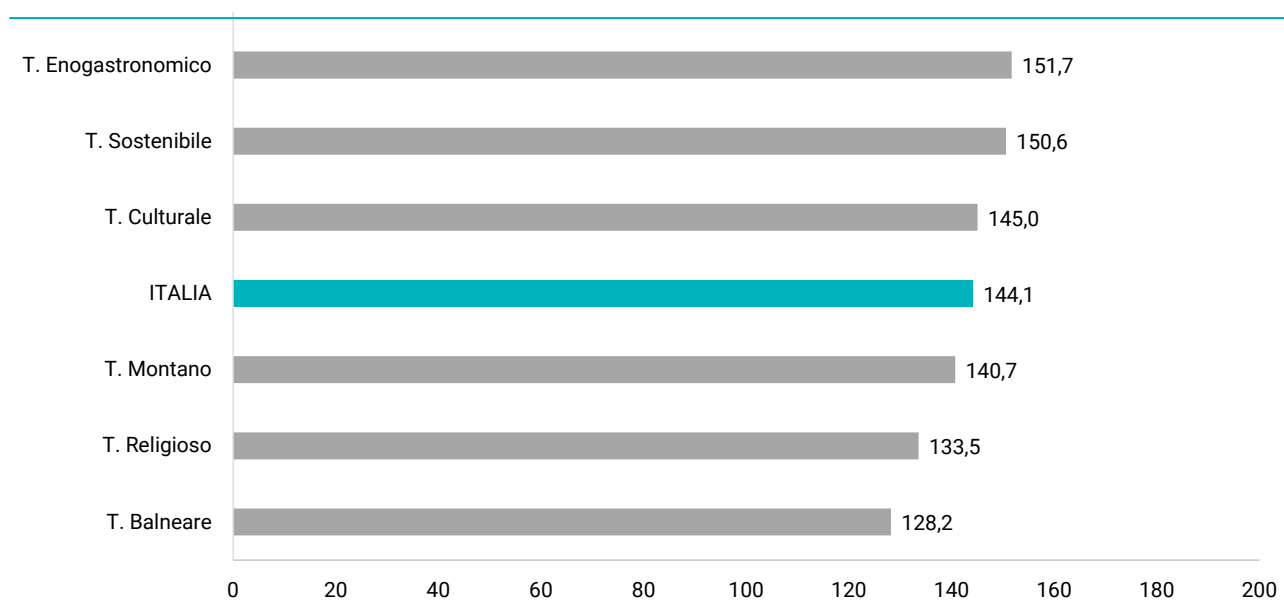


Fig. 6 | Fonte: elaborazione e stime SRM

Tuttavia, una lettura del moltiplicatore va fatta anche in riferimento al “sovraffollamento turistico”.

L’overtourism è definito dall’Organizzazione mondiale del turismo come “l’impatto del turismo su una destinazione, o parti di essa, che influenza eccessivamente e in modo negativo la qualità della vita percepita dei cittadini e/o la qualità delle esperienze dei visitatori”. Basti pensare allo sfruttamento del suolo, alla maggiore produzione di forme di inquinamento, alla produzione di rifiuti, al maggiore consumo di energia e di acqua, nonché ai disagi per i residenti.

La crescita delle presenze turistiche, se da un lato genera nuova ricchezza sul territorio campano, dall’altro, se non attentamente governata, tende a produrre esternalità negative per cui il risultato economico potrebbe ridursi notevolmente, se non azzerarsi o diventare negativo.

L’impatto economico de-moltiplicativo del turismo è ancor più rilevante se si considera la componente del turismo sommerso. È stato stimato che in Italia il “movimento turistico reale” (vale a dire che oltre alle presenze ufficiali presso strutture ricettive ed extra-ricettive conteggiate dall’Istat, si considerano anche i pernottamenti in case di proprietà o in affitto, in case di parenti o amici) possa essere pari a circa 2,8 volte rispetto a quello rilevato dall’Istat, e nel Sud raggiunge valori più elevati (da 5,75 per il Molise e 5,32 per la Sicilia, a 1,88 per il Trentino-Alto Adige e 2,03 per l’Emilia-Romagna).

In altri termini, il turismo sommerso porta a sottostimare la reale performance turistica, gli impatti economici (solitamente più limitati rispetto a quelli generati dalle presenze ufficiali), il grado di overtourism e quindi la pressione sul territorio, soprattutto in considerazione della maggiore stagionalità di cui si connota la domanda turistica di alcuni territori italiani, in particolare quelli meridionali.

Pertanto, diventa importante, da un lato, contrastare il turismo sommerso che alimenta una distorsione conoscitiva circa gli effetti generati dal turismo sul territorio e, dall’altro, attivare un’efficiente ed efficace politica di governance improntata sulla sostenibilità economica, sociale ed ambientale per ovviare al fenomeno dell’overtourism.

4. Previsioni e linee di policy

Dai primi dati (ISNART), a gennaio 2024, risultano già vendute in Italia il 40% delle camere per i mesi di marzo e aprile. Il 2024 si preannuncia un anno molto positivo per il turismo che dimostra, ancora una volta la sua resilienza, reagendo all’impatto della spirale inflattiva, grazie al consolidarsi delle presenze straniere ed al progressivo, maggior posizionamento verso una fascia alta di mercato.

Le prospettive per l’immediato futuro lasciano buone speranze anche per il settore turistico campano, ed in particolare napoletano. La crescita delle presenze turistiche si consoliderà ulteriormente, soprattutto in riferimento alla componente straniera, mentre quella domestica raggiungerà una stabilità. Permangono, tuttavia, rischi economici e geopolitici che potrebbero compromettere la piena ripresa, soprattutto del turismo internazionale.

Il nuovo scenario evidenzia, quindi, un «riavvio» del turismo ma con profonde «mutazioni» e forte attenzione ai nuovi driver di sviluppo quali sostenibilità e ambiente, cultura, enogastronomia e nuovi tematismi naturalistici, tecnologia e digitalizzazione, qualità della sanità. Le imprese turistiche possono rispondere ai cambiamenti ma servono politiche di gestione sia interne che territoriali. In particolare, si individuano 10 passi per il futuro del settore turistico della regione:

1. L’impresa è al centro delle strategie di crescita e di sostenibilità della filiera turistica

In un contesto caratterizzato da crescenti e profonde trasformazioni tecnologiche e ambientali e da una domanda più globalizzata, evoluta e personalizzata, le imprese, e non solo, devono puntare maggiormente alla qualità dell’offerta e dei servizi connessi in modo da associare alla presenza turistica un sempre maggiore valore economico-finanziario. Questa è una delle chiavi vincenti per la valorizzazione del ricco e variegato patrimonio turistico di cui il territorio è dotato.

2. Per garantire un servizio di qualità è necessario un adeguato dimensionamento delle imprese

Attraverso anche collaborazioni e reti. La prevalenza di strutture di piccola dimensione ha reso nel passato il settore più vulnerabile ai vari shock, mentre la maggiore strutturazione aziendale ha evidenziato una migliore capacità nel superare le varie criticità. Particolarmente evidente è la correlazione positiva tra dimensione delle strutture e crescita di fatturato ed investimenti.

3. Investire su obiettivi “ESG e digital” rappresenta il nuovo fattore di competitività.

L'attenzione alla riqualificazione del patrimonio esistente, in una logica “green”, “health,” e “social”, unita ad una più ampia gamma di servizi, incontra le più evolute esigenze sia dei turisti che del mercato. La filiera turistica pone sempre maggiore attenzione alla sostenibilità e digitalizzazione dei servizi: il 46% delle imprese meridionali (35% in Italia) intende accrescere gli investimenti su tali obiettivi (nel solo Mezzogiorno attualmente pari a 170 mln €).

4. Più l'offerta turistica è “integrata”, più alto è il valore per le imprese ed il territorio

Unire all'offerta balneare, le potenti attrazioni culturali, enogastronomiche e naturalistiche di cui la regione è ricca, accresce l'impatto economico del turismo sul territorio. A conferma, si evidenzia che ogni presenza aggiuntiva genera nella regione un valore aggiunto di 167€ mentre il relativo dato nazionale è di 144€. Ecco quindi che Ambiente, Cultura ed Enogastronomia è un trinomio vincente nella regione.

5. Un territorio che offre un turismo “pluritematico” è vincente se accessibile e connesso

La possibilità di visitare un territorio con una pluralità di destinazioni e di attrazioni è, infatti, strettamente interrelata con la possibilità di raggiungerlo e di muoversi agevolmente all'interno, e ciò è tanto più importante quanto più le aree sono periferiche e/o caratterizzate da una maggior dispersione dei siti e delle destinazioni turistiche.

6. Aree interne e borghi d'interesse storico/artistico sono destinazioni da sviluppare

Una loro riscoperta nella regione (e nel resto del Paese), infatti, traducendosi in un'offerta più ampia e variegata, potrebbe favorire processi di destagionalizzazione e far calare, almeno in parte, la pressione (overtourism) sulle località turistiche principali che indebolisce il potenziale economico e attrattivo di territori.

7. Formazione, competenze e professionalità sono centrali per gestire le trasformazioni competitive

In un turismo sempre più digitale, tecnologico ed internazionale è necessario, per vincere la competizione globale, investire nella formazione scolastica, professionale e manageriale. Parallelamente oggi è urgente agire sulle problematiche occupazionali connesse al turismo che riguardano tanto l'aspetto quantitativo quanto quello qualitativo.

8. La semplificazione dei processi burocratici e regolamentari fa rima con competizione

La competitività a livello internazionale dipende anche da una governance efficiente, rapida e quanto più possibile flessibile, in termini normativi e regolamentari. Per poter “giocare alla pari” con gli altri Paesi, emerge dal sistema turistico l’esigenza che le norme siano chiare, dirette e rispettate da tutti gli operatori del mercato. Questo favorirebbe anche la lotta al sommerso che limita il potenziale di crescita economica e la qualità dell’offerta.

9. Riforme, progettualità e risorse si legano tra loro per il successo della filiera turistica

Su questa strada va anche il PNRR che prevede, in particolare per il Mezzogiorno, e quindi anche per la Campania, una mole di risorse mai avuta in precedenza. Queste, unite a tutte le altre disponibili (come quelle legate alla nuova Programmazione 2021/2027), possono contribuire ad accrescere la competitività delle imprese turistiche agendo da leva per gli investimenti. È importante non perdere questa occasione di rilancio.

10. Si vince tutti insieme!

Per condurre la regione su un percorso di “affermazione turistica” nazionale ed internazionale e di grande impatto economico è necessario che tutti gli attori coinvolti - dalle imprese alle Istituzioni pubbliche, dalle Associazioni di categoria al sistema finanziario - collaborino tra loro. La creazione di una rete si configura, quindi, come uno dei presupposti necessari per delineare un sistema di sviluppo territoriale condiviso e che abbia il turismo al centro delle sue strategie.



Via Toledo, 177 | 80134 Napoli, Italia
Tel. +39 081 7913758-61 - comunicazione@sr-m.it
www.sr-m.it

Centro Studi con sede a Napoli, collegato al Gruppo Intesa Sanpaolo, nato come presidio intellettuale e scientifico, ha come obiettivo il miglioramento della conoscenza del territorio sotto il profilo infrastrutturale, produttivo e sociale in una visione europea e mediterranea. È specializzato nell'analisi economica delle dinamiche regionali, con particolare attenzione al Mezzogiorno. Ha creato e gestisce, inoltre, due Osservatori di ricerca a carattere internazionale che monitorano e analizzano settori strategici come i Trasporti Marittimi, la Logistica e l'Energia. SRM cura e pubblica la Rivista Rassegna Economica, il Dossier UE e i Quaderni di Economia Sociale. L'apporto tecnico di SRM è a disposizione di quanti, istituzioni, forze imprenditoriali, società civile, riconoscono nella diffusione della cultura e della conoscenza del sistema socio-economico i presupposti per il reale progresso del Paese.

Presidente: Paolo Scudieri

Direttore Generale: Massimo Deandreis

Consiglio Direttivo:

Fulvio Bersanetti, Gregorio De Felice, Claudio De Vincenti, Elena Flor, Stefano Lucchini, Giuseppe Nargi, Anna Roscio

SRM si avvale di un Comitato Scientifico composto da docenti universitari ed esperti in materia. La composizione del Comitato Scientifico è pubblicata sul sito sr-m.it

Collegio dei Revisori: Piero Luongo (presidente), Giovanni Maria Dal Negro, Concetta Lo Porto

Organismo di Vigilanza (art.6 D.Lgs. 231/01): Giovanni Maria Dal Negro

Comitato Etico (art.6 D.Lgs. 231/01): Concetta Lo Porto

COMPANY WITH
QUALITY SYSTEM
CERTIFIED BY DNV
ISO 9001

SRM adotta un Sistema di Gestione per la Qualità in conformità alle Normative UNI EN ISO 9001 in Progettazione e realizzazione di studi, ricerche convegni e seminari in ambito economico/finanziario del Mezzogiorno, del Mediterraneo e Marittimo; sviluppo editoriale e gestione della produzione di periodici in ambito economico/finanziario del Mezzogiorno, del Mediterraneo e Marittimo.

Soci Fondatori e Ordinari

INTESA  SANPAOLO



Fondazione
Compagnia
di San Paolo

 INTESA SANPAOLO
INNOVATION CENTER

 INTESA SANPAOLO
RENT FOR YOU

 ALEXBANK

 INTESA SANPAOLO BANK
Albania

 PBZ
Intesa Sanpaolo Group

sr-m 

sr-m.it