



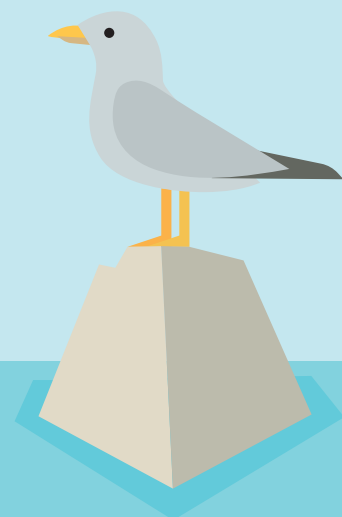
Sardegna

ECONOMIA E TURISMO: MODELLI A CONFRONTO LA SARDEGNA E I SUOI COMPETITORI

Presentazione di una ricerca realizzata dalla CNA Sardegna

SABATO 15 luglio 2017 - ore 10,00

Cagliari - Hotel Regina Margherita, viale Regina Margherita, 44



Indice

Trend e scenari del turismo internazionale e regionale.....	4
Trend e scenari internazionali.....	10
Brexit, migranti e libera circolazione in Europa.....	11
Terrorismo e instabilità in Medio-Oriente.....	12
Cambiamenti climatici e turismo.....	12
Sharing economy: l’impatto sulle destinazioni.....	12
Economie emergenti.....	14
I numeri del turismo mondiale e nazionale.....	15
Le dinamiche del turismo in Sardegna.....	20
I flussi internazionali: le previsioni per il biennio 2017-2018.....	22
L’offerta ricettiva in Sardegna.....	25
Turismo residenziale o delle seconde case in Sardegna.....	27
Turismi a confronto, modelli e scenari di sviluppo.....	31
Dimensioni e dinamiche della domanda e dell’offerta.....	31
L’offerta ricettiva: una analisi comparata.....	35
La vocazione turistica dell’economia della Sardegna.....	37
Le performance del settore turistico in Sardegna.....	42
Chilometri di costa con qualità delle acque elevata.....	45
Patrimonio naturalistico: Natura 2000.....	47
Turismo storico culturale.....	48
Turismo enogastronomico.....	49
La performance turistica generale della Sardegna.....	50
Analisi del turismo internazionale.....	51
Il problema della stagionalità.....	52
I motivi della vacanze.....	54
L’immagine digitale internazionale della Sardegna.....	55
La spesa dei turisti stranieri sul territorio.....	60
Innovazione e turismo.....	62
Accessibilità e trasporti.....	67
Il trasporto pubblico locale.....	69
La competitività dell’offerta aeroportuale della Sardegna.....	70
L’opinione delle imprese.....	76
Il target di riferimento delle imprese turistiche e la dinamica del settore.....	76
Lo scenario che ci attende.....	77
Il territorio.....	78
L’immagine turistica del territorio secondo le imprese.....	78
Fattori che favoriscono il ritorno dei turisti nel territorio.....	78
Promozione e comunicazione.....	81
Strategie e azioni politiche.....	82
Nicchie di mercato.....	85

NOTE DI SINTESI

Un 2017 da record

È probabile che il 2017 sarà un nuovo anno record per l'industria turistica in Sardegna. Oltre la metà delle imprese che hanno risposto all'indagine promossa dalla CNA ha infatti indicato di aspettarsi una crescita significativa dell'attività (Figura 95), mentre gli arrivi stranieri nelle strutture ricettive, considerando lo scenario macroeconomico internazionale, cresceranno ancora (Tabella 2); questo significa che se gli arrivi nazionali confermassero il dato del 2016 (ipotesi prudente considerato il trend di crescita dell'ultimo biennio, Figura 16), alla fine di quest'anno potrebbero essere arrivati in Sardegna poco meno di 3 milioni di turisti (il 37% in più rispetto al 2013), di cui quasi la metà stranieri; a questi, poi, ne andrebbero aggiunti altrettanti che scelgono una sistemazione in residenze private (abitazioni di proprietà, di parenti o amici, o abitazioni private prese in affitto per le vacanze), per un totale di 6 milioni di arrivi e circa 24 milioni di presenze. Insomma, **il turismo si conferma una delle poche realtà in grado di sostenere l'economia regionale in questo prolungato periodo di estenuante congiuntura negativa.**

Il turismo come settore fortemente strategico

D'altra parte, si è dimostrato che **le regioni che in questi anni hanno puntato sullo sviluppo turistico hanno risentito meno della crisi**; una forte vocazione turistica risulta infatti correlata con il calo della disoccupazione, in particolare giovanile, e con le dinamiche di Pil e occupazione (Figura 47). Mentre altri settori in questi anni hanno faticato a riprendersi dalla recessione economica, l'industria turistica ha potuto contare su un trend fortemente espansivo, dovuto, in particolar modo, alla **crescita della domanda internazionale**, una crescita che è destinata a proseguire; secondo il *World Travel and Tourism Council*, nel prossimo decennio il fatturato del turismo internazionale nei paesi del Sud Europa (Italia, Grecia, Spagna e Portogallo) crescerà del 37% (a valori reali) ad un tasso medio del 3% annuo. Limitandosi ad un insieme di regioni europee, competitor naturali della Sardegna per la domanda turistica internazionale del Mediterraneo (Creta, Algarve, Puglia, Corsica, Croazia, Malta, Sicilia, Baleari, Calabria e Cipro), il trend espansivo è evidente (Figura 30): il numero di arrivi internazionali è passato dai circa 20 milioni del 2000 ai quasi 35 milioni del 2015, ovvero 13,8 milioni di arrivi in più, un incremento del 66%. È ampiamente dimostrato, inoltre, che lo sviluppo del turismo internazionale favorisce le esportazioni, nella misura in cui l'esperienza di viaggio aumenta la propensione ad acquistare prodotti provenienti dalle località che si sono visitate, in particolare prodotti enogastronomici. Il turismo è poi un settore ad intensa partecipazione di giovani nell'occupazione, e questo spiega la forte correlazione osservata tra indice di sviluppo turistico e calo della disoccupazione giovanile, disoccupazione giovanile che rappresenta, come noto, una delle piaghe del sistema socio-economico della Sardegna (Figura 79).

Dei numeri ancora modesti

Il turismo, in particolare quello internazionale, come settore fortemente strategico, quindi, a maggior ragione in un contesto, come quello regionale, che mostra **enormi potenzialità ancora ampiamente inesprese**. D'altra parte, se si guarda ai numeri delle altre regioni competitor il rischio è di rimanere sorpresi (Figura 31); i poco più di 2,6 milioni di arrivi registrati nelle strutture ricettive dell'Isola nel 2015, infatti, hanno rappresentato appena il 5% degli arrivi totali in queste regioni; il dato della Sardegna, in particolare, impallidisce di fronte agli oltre 10 milioni di turisti che arrivano annualmente nelle Baleari o in Croazia Adriatica, ma risulta modesto anche se paragonato agli oltre 4,5 milioni della Sicilia o ai quasi 4 di Creta e Algarve. E se si combinano gli indicatori che misurano l'incidenza del settore sull'economia, **la Sardegna mostra un indice di vocazione turistica decisamente inferiore** rispetto a regioni come Baleari, Algarve, Creta o Croazia (Figura 46). Eppure tra le regioni competitor la Sardegna è quella che nell'ultimo quadriennio ha visto incrementarsi

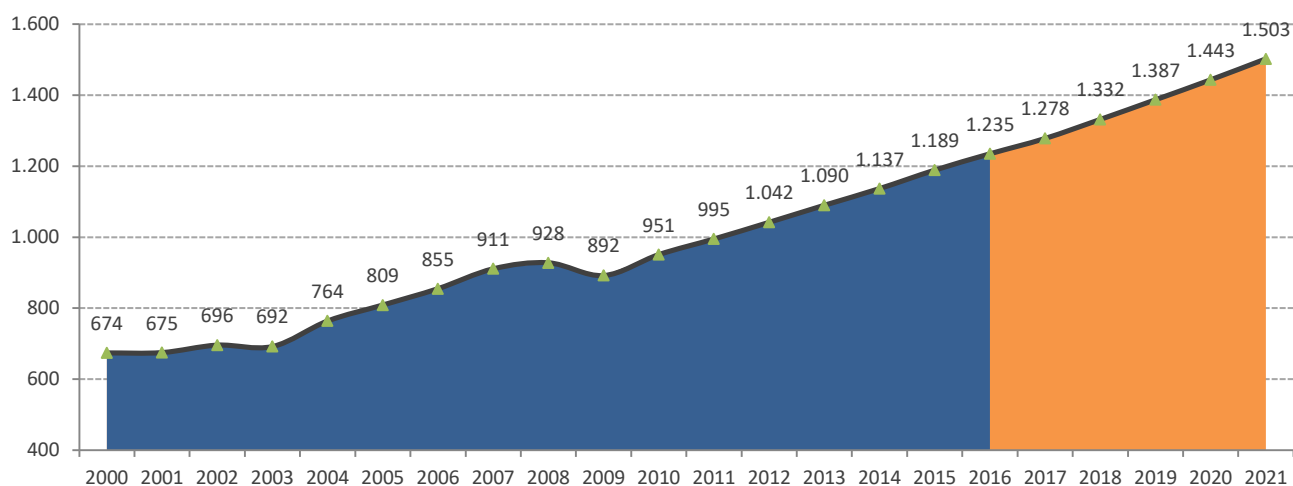
TREND E SCENARI DEL TURISMO INTERNAZIONALE E REGIONALE

1,2 mld.

Il numero di arrivi internazionali al livello mondiale nel 2016

Nonostante uno scenario internazionale turbolento (instabilità politica, terrorismo e guerra, maggiori controlli alle frontiere) l'industria del turismo continua a crescere. Nel 2016 gli arrivi internazionali al livello globale hanno superato **1,2 miliardi**, praticamente il doppio di quanto si registrava all'inizio degli anni duemila, ed è dal 2010 che i flussi internazionali continuano a crescere ad un ritmo superiore al **4% annuo**; un trend che, secondo l'ultima indagine condotta dall'Organizzazione Mondiale per il Turismo (UNWTO), proseguirà anche nell'anno in corso. Oggi la globalizzazione dei flussi, i cambiamenti climatici, la rivoluzione digitale e la presenza di gruppi sempre più multinazionali pone l'industria turistica di fronte a sfide epocali.

Figura 1 – Arrivi internazionali nel Mondo (milioni di unità)



Fonte: Elaborazioni e previsioni Cna Sardegna/Cresme su dati UNWTO

In un decennio la domanda si è letteralmente trasformata; non solo più globale, con l'avvento delle economie emergenti (Cina in testa, a cui aggiungere Russia e Brasile), ma anche più diversificata, esigente, attenta alle novità e flessibile, con la vacanza che non è più unica e concentrata in un periodo ben preciso dell'anno. L'offerta tenta di adattarsi, nelle modalità di comunicazione, nelle modalità di diffusione dei servizi, innovandosi e dando vita a nuove tipologie di viaggio *esperienziale* in grado di coinvolgere più soggetti imprenditoriali e territori in un contesto di offerta integrata.

Trend e scenari internazionali

Sarebbe sbagliato, tuttavia, assumere che lo scenario di forte incertezza ed instabilità che sta caratterizzando la fase attuale, a cui aggiungere trend strutturali di più lungo periodo, non abbia un impatto sulle caratteristiche del turismo al livello internazionale; l'instabilità delle destinazioni nord africane e medio-orientali, ad esempio, ha sicuramente avuto un ruolo nel determinare l'esplosione della domanda internazionale osservata in Sardegna nell'ultimo triennio. Ma sono diversi i fattori che vale la pena analizzare.

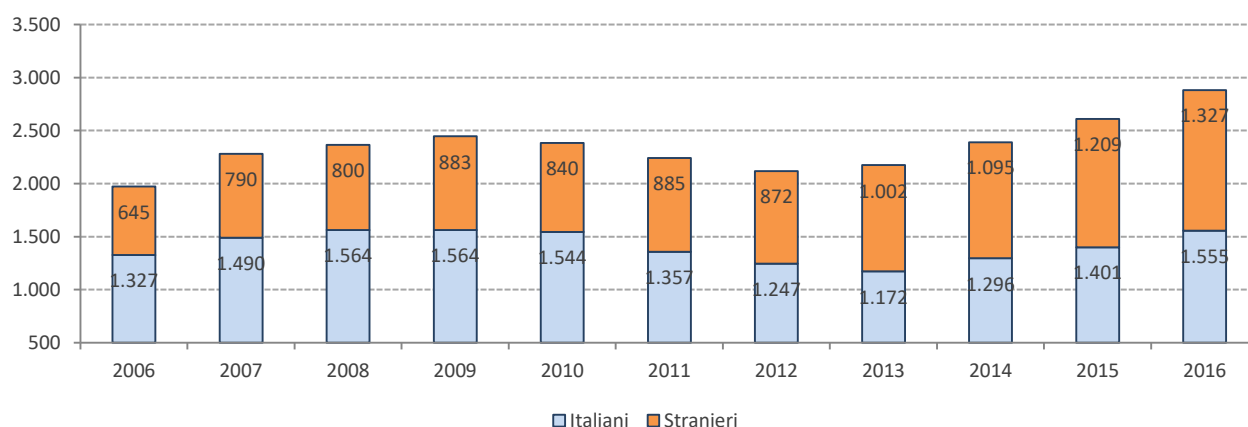
Le dinamiche del turismo in Sardegna

2,9 mil.

Sono gli arrivi turistici in Sardegna nel 2016, per un totale di **13,5 milioni** di pernottamenti

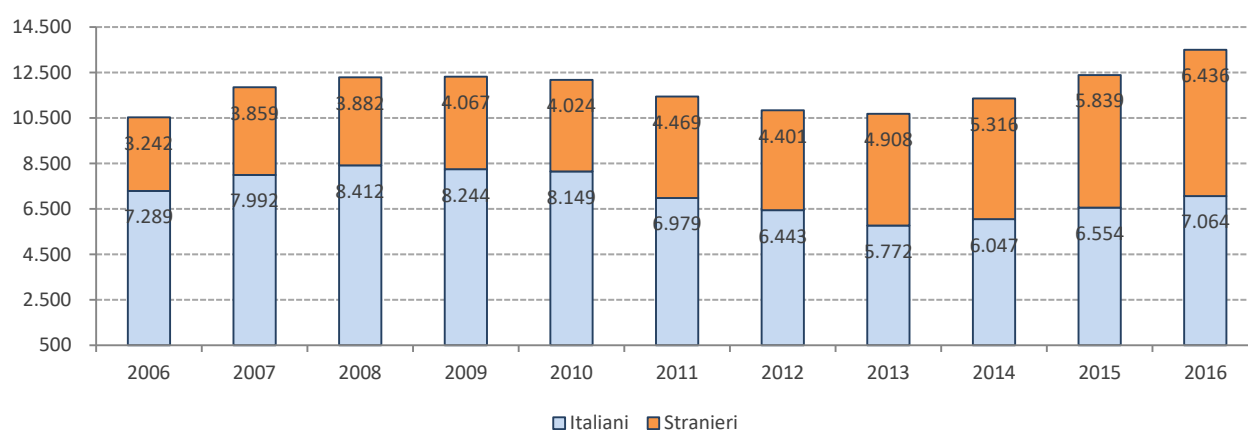
Il 2016 è stato un anno da record per il turismo in Sardegna. Secondo i più recenti dati diffusi dall'Assessorato del Turismo Artigianato e Commercio della regione Sardegna, gli arrivi nelle strutture ricettive dell'Isola (alberghi, strutture extra alberghiere ed esercizi complementari) sono stati quasi 2,9 milioni, in crescita del 10,4% rispetto al già molto positivo 2015 e superiori del 18% rispetto al picco pre-crisi del 2009. Va detto che se nell'ultimo triennio gli arrivi nazionali hanno ripreso a salire con decisione (+11% gli arrivi italiani l'anno passato), la quota di turisti stranieri in Sardegna ha continuato a crescere, arrivando a superare il 46% già nel 2015 (era il 33% nel 2006 in termini di arrivi). D'altra parte, mentre gli arrivi nazionali ancora non hanno recuperato del tutto quanto perso dal 2009 ad oggi, gli arrivi internazionali sono cresciuti del 50%.

Figura 16 – Arrivi turistici in Sardegna negli esercizi alberghieri e complementari (migliaia)



Fonte: Elaborazioni Cna Sardegna/Cresme su dati e Istat e SIREG (Regione Sardegna)

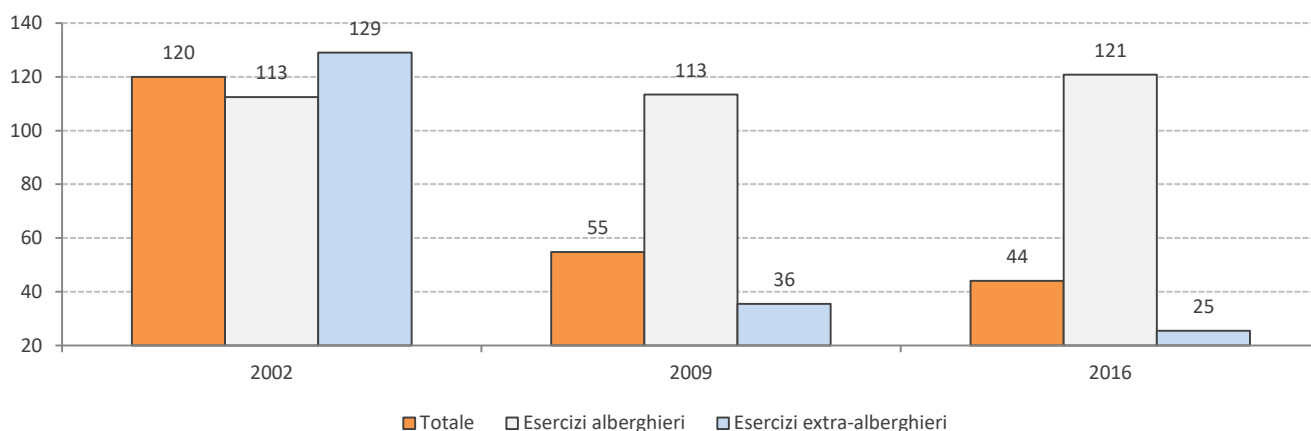
Figura 17 – Presenze turistiche in Sardegna negli esercizi alberghieri e complementari (migliaia)



Fonte: Elaborazioni Cna Sardegna/Cresme su dati e Istat e SIREG (Regione Sardegna)

Questa graduale internazionalizzazione del turismo regionale è ancora più evidente se si guarda il dato delle presenze. L'anno passato le notti trascorse nell'Isola dagli oltre 1,3 milioni di turisti stranieri sono state 6,4 milioni, in crescita del 10,2% rispetto al 2015 (contro il +7,4% delle presenze nazionali), rappresentando il 48% del totale dei pernottamenti (era il 31% nel 2006). Questo significa che **la permanenza media di un turista straniero risulta superiore rispetto a quella di un turista**

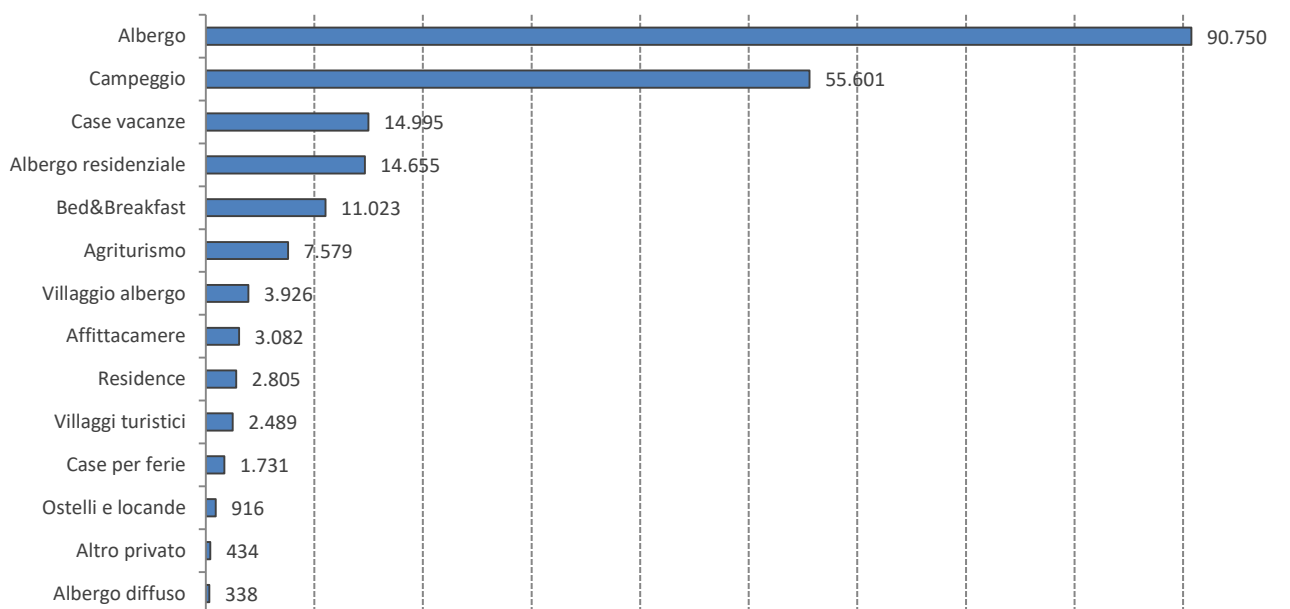
Figura 23 – Numero medio di posti letto per struttura



Fonte: Elaborazioni Cna Sardegna/Cresme su dati e Istat e SIREN (Regione Sardegna)

44 E' il numero medio di posti letto nelle strutture ricettive. Nel dettaglio, in termini di posti letto l'offerta ricettiva della Sardegna, pari come detto a circa 210 mila posti letto, risulta così suddivisa: 91 mila posti letto negli alberghi, il 43% del totale; 56 mila in campeggi, il 26%; 15 mila posti letto in case vacanze (7%); circa 15 mila in alberghi residenziali (esercizi ricettivi a gestione unitaria, ubicati in uno o più stabili o parti di stabili con servizio autonomo di cucina); 11 mila in B&B, il 5% del totale (erano appena 900 nel 2002); 7.500 in agriturismo e circa 16 mila divisi tra villaggi albergo, residence, villaggi turistici, case per ferie e ostelli.

Figura 24 – Struttura dell'offerta ricettiva della Sardegna 2016



Fonte: Elaborazioni Cna Sardegna/Cresme su dati e Istat e SIREN (Regione Sardegna)

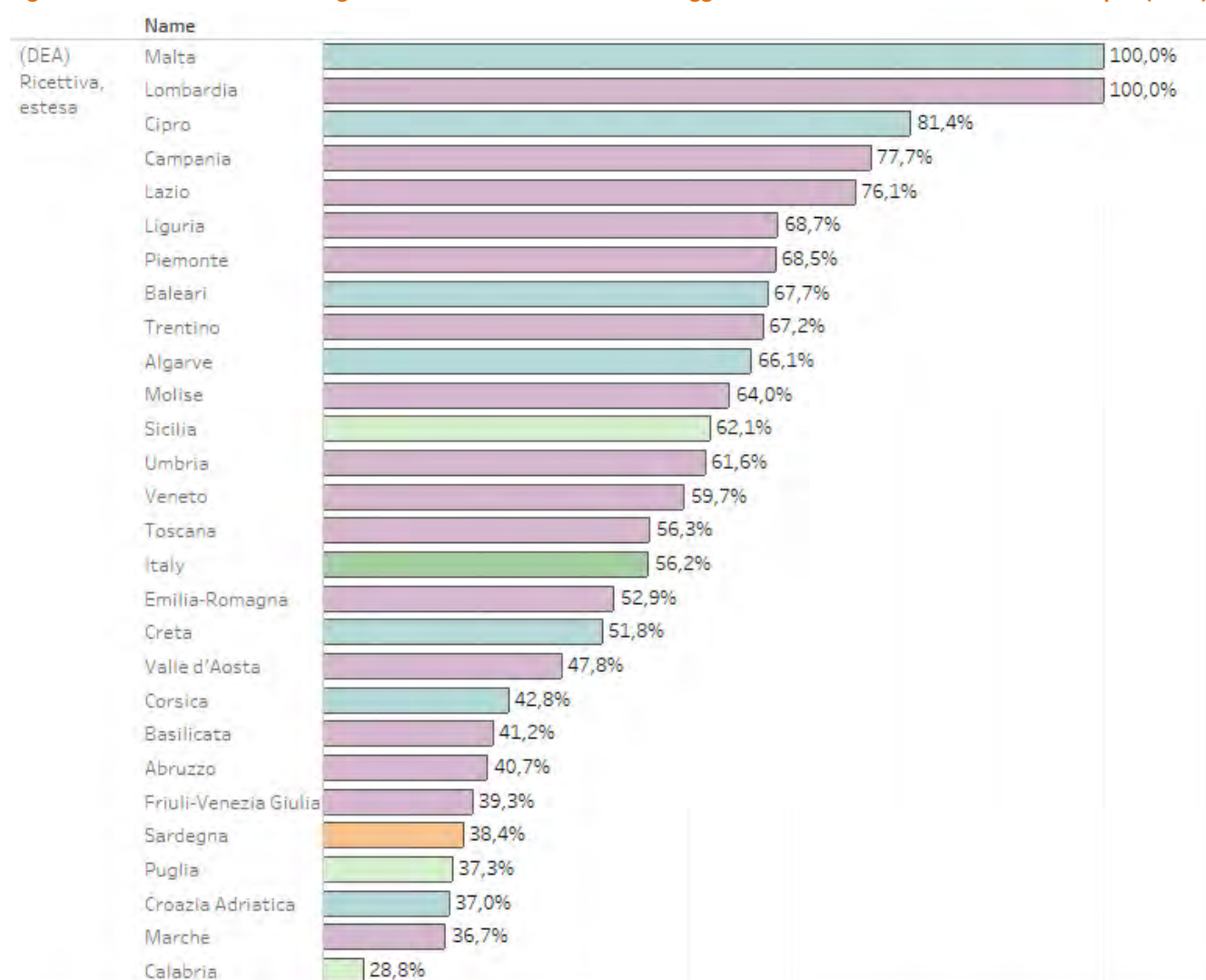
Al livello territoriale, il 37% dell'offerta (circa 79 mila) è localizzata nella provincia di Olbia-Tempio, il 21% nella provincia di Cagliari (44 mila) e il 16% a Sassari (34 mila). Di contro, Oristano è la provincia

62%

E' l'incremento dell'output turistico ottenibile se la Sardegna operasse come le regioni best performer senza modificare l'offerta ricettiva

altre parole, l'analisi indica che sarebbe possibile aumentare i flussi turistici nelle strutture ricettive dell'Isola di quasi il 70% mantenendo costante l'offerta ricettiva; questo, come detto, a patto che la Sardegna fosse in grado di attrarre una domanda diversificata e distribuita nell'arco dell'anno. E' chiaro, infatti, che, così come è stata impostata, l'analisi riflette, né più e né meno, la forte stagionalità degli arrivi in Regione, al pari della durata media della permanenza (in sostanza replicando la **Figura 39**). Il risultato può essere migliorato inserendo, tra gli output, il valore aggiunto annuo generato dal settore turistico. Così facendo, coerentemente con quanto osservato in precedenza (**Figura 41**), la Sardegna guadagnerebbe qualcosa (38% di performance), pur persistendo nella parte bassa della classifica. In definitiva, **sarebbe possibile migliorare l'output generato dal settore turistico (flussi e ricchezza prodotta) del 62% mantenendo intatta l'offerta ricettiva.**

Figura 49 – Performance delle regioni con l'inserimento del valore aggiunto del turismo come variabile di output (2015)



Fonte: Elaborazioni Cna Sardegna/Cresme su dati Eurostat

Per ottenere una analisi più interessante sarebbe tuttavia opportuno estendere lo spazio degli input in maniera tale da tenere conto di elementi che, assieme all'offerta ricettiva, concorrono nel determinare l'offerta turistica in un senso più generalizzato; elementi quali le bellezze paesaggistiche, marine e non, l'offerta storico culturale o l'offerta eno-gastronomica. La difficoltà, in questo caso, risiede nella possibilità di trovare indicatori in grado di rappresentare in maniera

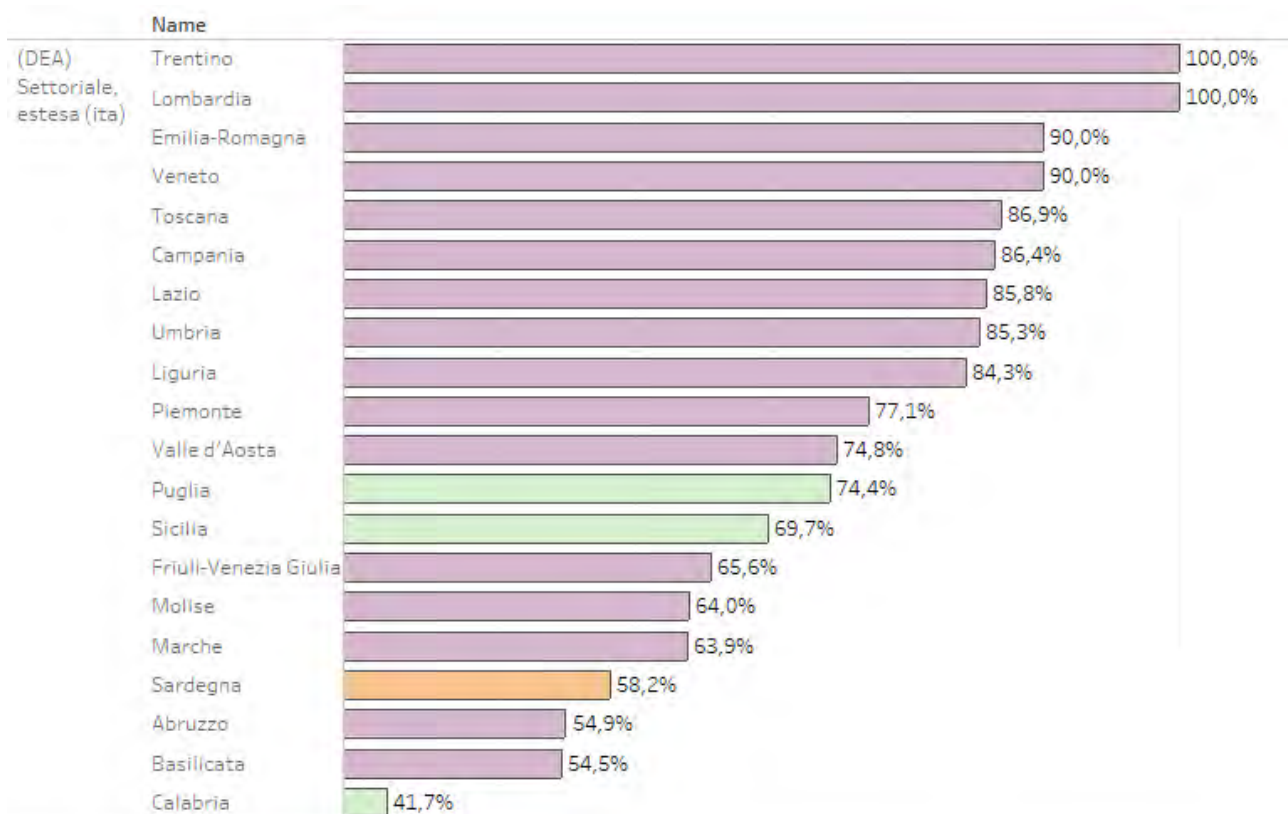
58%

E' la performance dell'industria turistica regionale rispetto alle regioni italiane best-performer

La performance turistica generale della Sardegna

Combinando tutti questi elementi, e quindi definendo uno spazio di input generalizzato (offerta turistica estesa), è possibile calcolare una performance complessiva dell'industria turistica della Sardegna. A tale scopo, come in precedenza, consideriamo come output i flussi in arrivo nelle strutture ricettive (arrivi e presenze) e il valore aggiunto generato dal turismo. Come si vede, **l'aver considerato**, in aggiunta all'offerta ricettiva, **elementi strutturali** legati alle bellezze paesaggistiche, marittime e naturali in generale, oltre che l'offerta storico-culturale (misurata dal numero di siti culturali pubblici e privati presenti sul territorio) e la dimensione dell'offerta di ristorazione, e quindi diversificando gli input il più possibile per tenere conto delle diverse macro-tipologie di domanda turistica (balenare, naturalistica, culturale e enogastronomica), **ha avuto come effetto**, sì di avvicinare la performance regionale a quella delle regioni best-performer (Lombardia e Trentino), ma **anche di far perdere una ulteriore posizione nella classifica generale**, relegando così l'Isola al quartultimo posto tra le regioni italiane, abbondantemente al di sotto di Puglia e Sicilia (ma anche di Campania e Molise).

Figura 59 – Performance turistica generalizzata delle regioni italiane (2015)



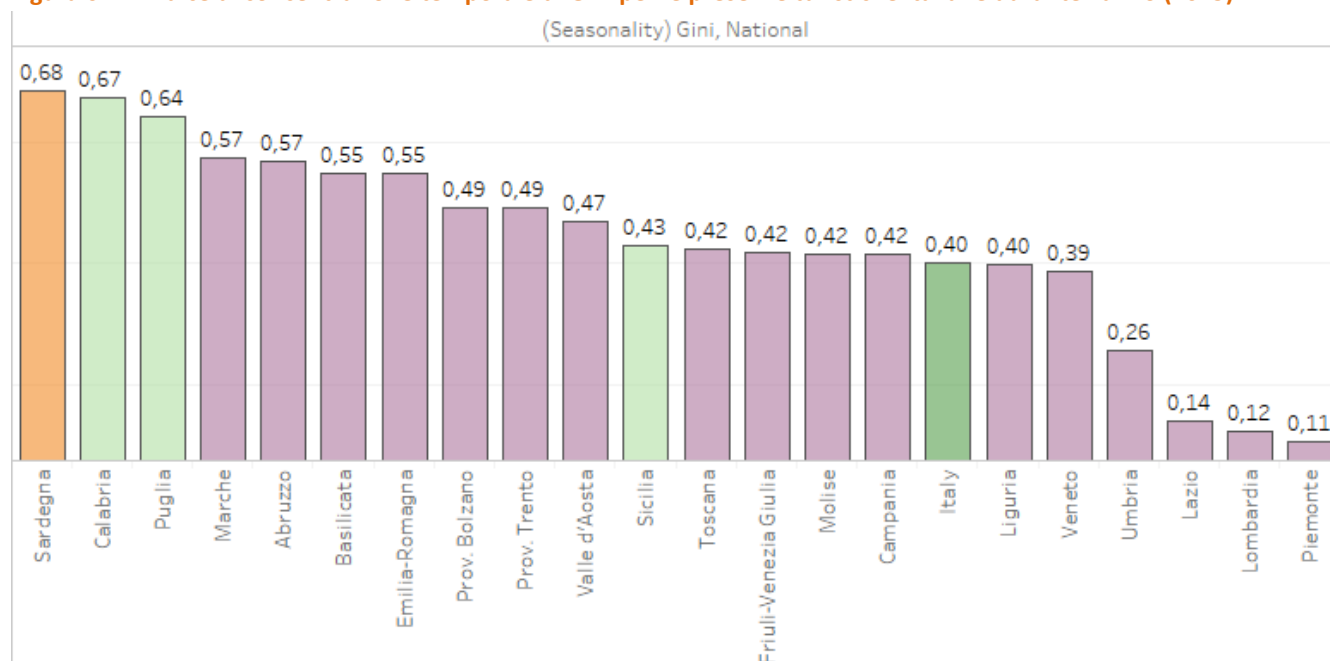
Fonte: Elaborazioni Cna Sardegna/Cresme su fonti varie

4 mil.

Di arrivi, 17 milioni di presenze e 3 miliardi di valore aggiunto: è il potenziale teorico della Sardegna

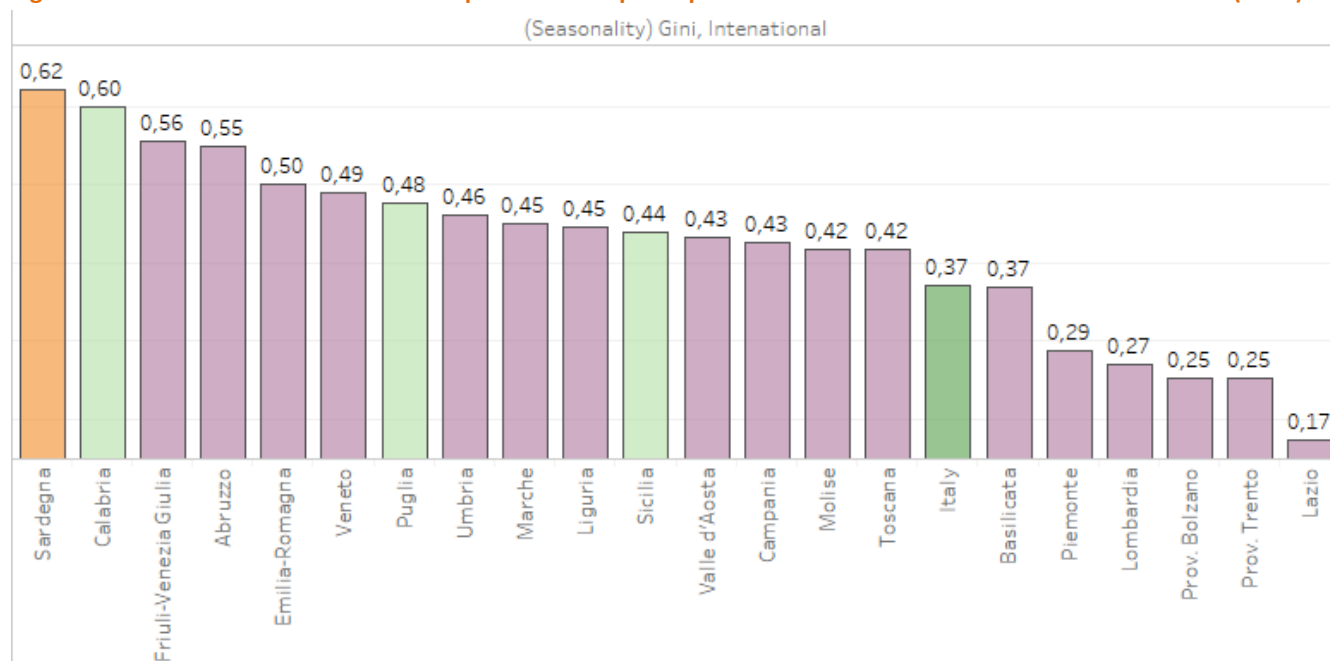
In definitiva, considerando l'enorme potenziale dell'Isola in termini paesaggistici e naturalistici (non solo in riferimento a località costiere), oltre che la più che discreta offerta storico-culturale, in gran parte ancora da valorizzare, ed enogastronomica, **il risultato ottenuto rende ancora più evidente il livello delle potenzialità inespresse dell'Isola**; le analisi suggeriscono come esista uno spazio di lavoro enorme da colmare per aumentare l'output del settore turistico in termini di flussi e valore aggiunto (quantificato in circa il 40% in più, in termini di distanza dalla frontiera efficiente, rappresentata da Lombardia e Trentino Alto Adige, distanza che si amplierebbe se si considerassero anche i competitor europei). E di farlo attraverso strategie di destagionalizzazione,

Figura 64 – Indice di concentrazione temporale di Gini per le presenze turistiche italiane durante l'anno (2015)



Fonte: Elaborazioni Cna Sardegna/Cresme su dati Istat

Figura 65 – Indice di concentrazione temporale di Gini per le presenze turistiche internazionali durante l'anno (2015)



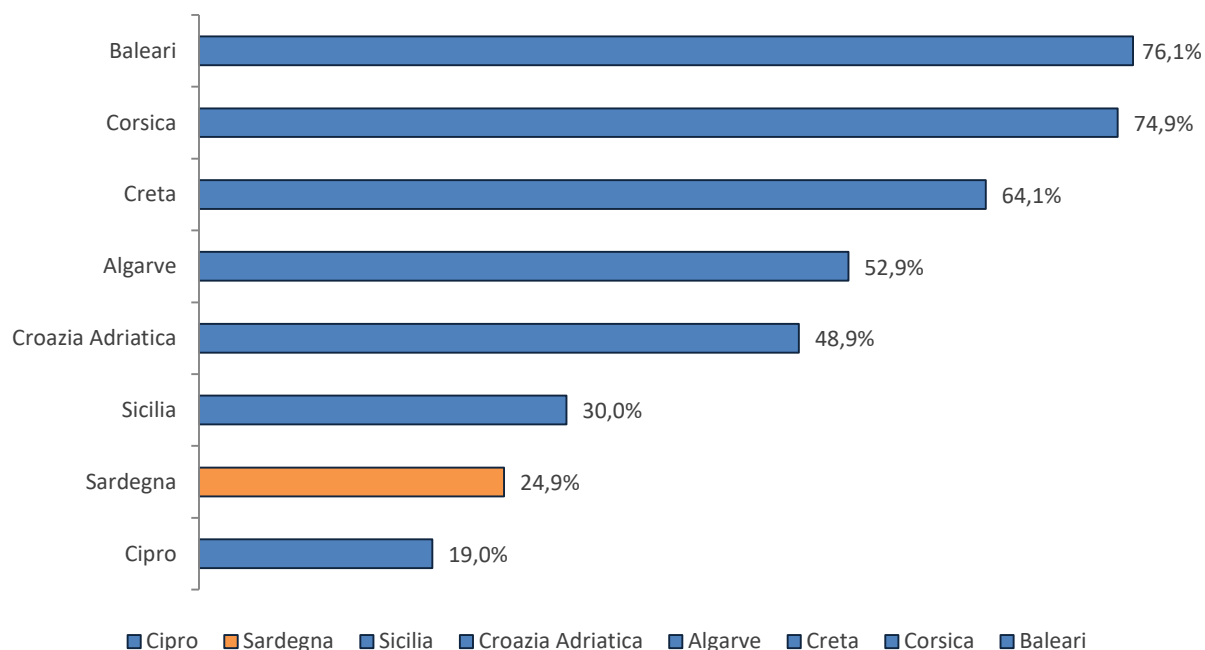
Fonte: Elaborazioni Cna Sardegna/Cresme su dati Istat

I motivi della vacanza

Analizzando i risultati dell'**indagine sul turismo internazionale** condotta dalla Banca d'Italia, che fornisce indicazioni sulle motivazioni della vacanza dei viaggiatori stranieri (sia quelli che arrivano nelle strutture ufficiali, sia quelli che decidono di pernottare in abitazioni private), emerge come **l'elemento cruciale sia da ricercare in una maggiore diversificazione dell'offerta**. Mantenendo come benchmark le stesse tre regioni del Mezzogiorno, in effetti, si osserva come la stragrande

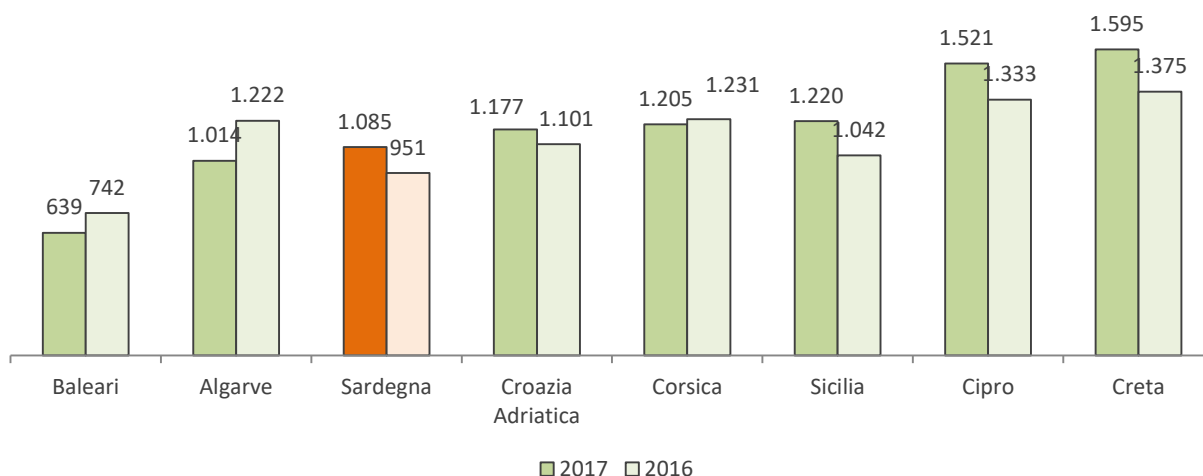
crescita dell'offerta aeroportuale, e che quella della Sardegna, quando inserita nel contesto delle regioni competitor, si mostra comunque piuttosto modesta (da osservare il +75% di Baleari e Croazia).

Figura 89 – Crescita dell'offerta aeroportuale nel periodo considerato (giugno 2017 su giugno 2016)



Fonte: elaborazione CNA su dati primari

Figura 90 – Prezzo medio per destinazione considerando tutti gli aeroporti della regione (andata e ritorno, periodo di ferragosto, query Giugno)



Fonte: elaborazione CNA su dati primari

Il numero di combinazioni si riflette sul livello medio dei prezzi, sul quale incide anche la presenza o meno di voli diretti con prezzi competitivi. Tra le regioni considerate **la Sardegna perde una posizione, posizionandosi al terzo posto come destinazione più economica**. Quest'anno, per arrivare in Sardegna la settimana di Ferragosto da ognuno dei principali aeroporti dell'Europa centro

L'OPINIONE DELLE IMPRESE

109

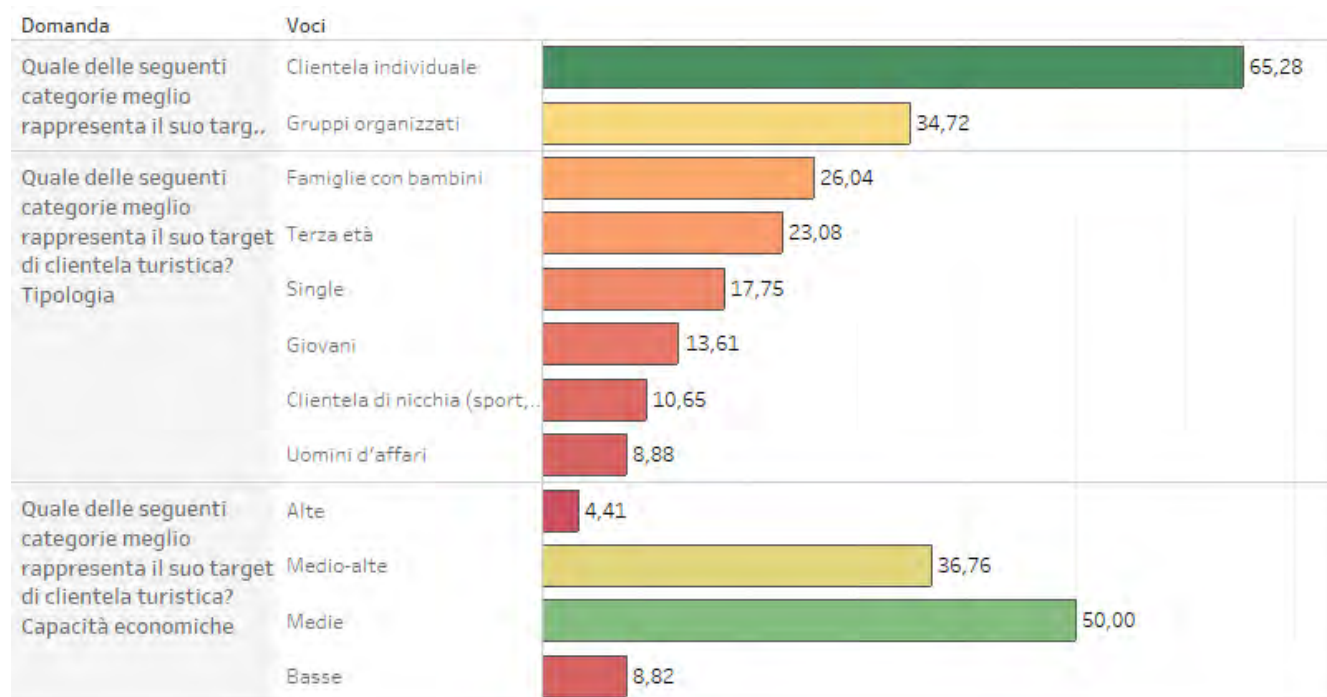
Sono le imprese operanti nel settore turistico che hanno risposto al questionario della CNA

Allo scopo di sondare l'opinione delle imprese riguardo il modello di sviluppo turistico della Sardegna è stata predisposta una indagine campionaria, svoltasi a giugno 2017, che ha raccolto le indicazioni di circa **cento imprese sarde operanti nel settore turistico e nel suo indotto**. L'obiettivo dell'indagine era quello di delineare i modelli e le strategie di offerta attuali dal punto di vista delle imprese (*forme di comunicazione, marketing, targeting, servizi offerti, ecc.*); sondare i giudizi degli operatori sull'efficacia delle azioni messe in atto al livello politico; raccogliere indicazioni sulle performance regionali, al pari delle opinioni sulle strategie e sulle azioni ritenute più efficaci per migliorare la competitività del territorio in un'ottica di sviluppo turistico (*destagionalizzazione, diversificazione, innovazione, nicchie di mercato strategiche, etc.*). Le imprese intervistate sono state: agenzie di viaggio, imprese ricettive, imprese di trasporto passeggeri, imprese di ristorazione, imprese di noleggio (nautica, camper, etc.), servizi mare (stabilimenti) e altri servizi (artigianato tipico, enti turistici, etc.).

Il target di riferimento delle imprese turistiche e la dinamica del settore

Cominciamo descrivendo il target di riferimento delle imprese operanti nel settore turistico che hanno partecipato all'indagine della CNA. Si tratta per lo più di clientela individuale, composta da famiglie con bambini o da persone di una certa età e con capacità economiche medie o medio-alte. Una descrizione che ben si attaglia con quelle che sono le caratteristiche medie del turista che normalmente giunge in Sardegna per le sue vacanze.

Figura 94 – La clientela delle imprese (% delle risposte)



Fonte: Elaborazioni Cna Sardegna/Cresme su dati Indagine sul turismo in Sardegna CNA/Cresme 2017